

**LES APPAREILS COMMERCIAUX
DES PAYS DE LA C.E.E.**

**DEUXIEME PARTIE
LES ETATS MEMBRES**

Document de travail

Décembre 1961

Deuxième partie : page 2 : en ce qui concerne le nombre total d'entreprises en 1957 figurant dans le tableau en bas de la page au lieu de "166 218", lire "148 218",

page 3 : au sous-titre b) Commerce de détail ajouter un renvoi 1),

page 6 : avant dernière ligne du troisième alinéa, au lieu de "subirait" lire "aurait subi",

page 7 : ajouter au titre du tableau en bas de la page un renvoi 2) : "Commerces artisanaux exclus",

page 11 : ajouter à la fin du premier alinéa un renvoi 1) : "Commerces artisanaux exclus",

deuxième alinéa : deuxième et troisième ligne, au lieu de "103,4 milliards de DM consommation privée et 50,3 milliards de DM chiffre d'affaires" lire "103,4 milliards de DM pour la consommation privée et 50,3 milliards de DM pour le chiffre d'affaires".

page 13 : deuxième alinéa, sixième ligne, au lieu de "presque exclusivement" lire "en majorité",

page 16 : le chiffre de la quatrième ligne est 7 000,

page 17 : troisième alinéa, dernière ligne : au lieu de "solidité", lire "assortiment",

Deuxième partie : page 27 : ajouter au renvoi 3 figurant au bas de la page : "Un certain nombre d'entreprises n'ayant pas donné des renseignements n'ont pu être classées dans une des quatre catégories".

page 31 : 6e ligne : au lieu de "4 succursales et plus" lire "4 succursales et moins",

page 32 : deuxième alinéa, quatrième ligne, au lieu de "1 millier" lire "1 milliard",

page 34 : avant-dernière ligne, au lieu de "leur suppression" lire "la suppression",

page 52 : dans le tableau en bas de la page rectifier les chiffres suivants : le nombre d'établissements avec jusqu'à deux employés est de 49 348 - le total des établissements est de 74 603 - A la note 3) il faut ajouter : "Dans 404 établissements ne figurent pas de personnes occupées",

page 54 : dans le tableau en tête de la page rectifier les chiffres suivants : le nombre d'établissements avec jusqu'à 2 employés est de 425 460,

- le nombre total des établissements est de 100 483,
- le nombre total des personnes occupées est de 913 313,
- le pourcentage des établissements avec jusqu'à 2 employés est de 85,1 %,
- le pourcentage des personnes occupées dans les établissements avec jusqu'à 2 employés est de 67,1.

Ajouter à la note 1 en bas de la page "Dans 989 établissements ne figurent pas de personnes occupées".

page 67 : dernier alinéa, deuxième ligne, au lieu de "Alemagud" lire "Alemagna",

page 70 : deuxième alinéa, troisième ligne, au lieu de "catégorie C" lire "catégorie C¹"),

page 73 : avant-dernière ligne, au lieu de "A.E.C.E.", lire "A.E.L.E.",

page 75 : sixième ligne, au lieu de "basés sur les inscriptions aux "registres" des Chambres de Commerce", lire "basés sur les inscriptions au Bureau Central de l'Enregistrement et en partie aux registres des Chambres de Commerce",

Deuxième partie : page 77 : l'annexe cité dans la note 3) a le n° 55,
page 89 : sixième alinéa, troisième ligne, au lieu de "n'est peut être", lire "ne peut être",
page 92 : deuxième alinéa, cinquième ligne, supprimer les mots "soit au pays",
page 98 : dans le classement des effectifs du tableau en haut de la page, à la première ligne, au lieu de "un à cinq", lire "un à quatre",
page 99 : faire dans le tableau figurant dans cette page la même rectification qu'à la page précédente,
page 101 : premier alinéa, ligne 11, au lieu de "25,8 à 34,2" lire "25,6 à 34,3",
ligne 12 : au lieu de "6,6" lire "6,7",
page 104 : dernier alinéa, deuxième ligne et suivantes, au lieu de "création de "superbazars, etc." lire "création de complexes de vente qui groupent un grand magasin vendant avec rabais et entièrement en libre service, une pâtisserie, un magasin de fleurs, une pharmacie, une banque ainsi qu'une entreprise de nettoyage à sec".

DEUXIEME PARTIE

S O M M A I R E

	<u>Pages</u>
République Fédérale d'Allemagne	1
France	22
Italie	47
Pays-Bas	74
Belgique	94
Luxembourg	118

II

REPUBLIQUE FEDERALE D'ALLEMAGNEA. STRUCTURES COMMERCIALES

Le commerce allemand est caractérisé par une assez forte concentration dans le secteur du détail (environ 80 habitants par point de vente) et au nombre relativement élevé d'entreprises de gros en raison notamment d'une forte position des commerces approvisionnant l'industrie.

La structure du commerce allemand est celle des six pays qui se rapproche le plus de la structure du commerce américain; ses traits distinctifs sont ceux d'une économie moderne.

I. NOMBRE D'ENTREPRISES ET NOMBRE D'ETABLISSEMENTS

Les derniers résultats officiels d'un recensement commercial datent de 1950 et ceux du recensement de l'automne 1960 ne seront disponibles que vers la fin de l'année 1961. Depuis 1950 l'évolution économique et la reconstruction générale d'après-guerre ont pris un tel essor que les données récoltées il y a onze ans n'ont aujourd'hui qu'une valeur historique et qu'elles ne reflètent nullement la situation actuelle.

Pour avoir des indications sur la situation plus récente, il faut se référer aux données structurelles fournies par la statistique des impôts sur le chiffre d'affaires, mais à cet égard quelques remarques préliminaires s'imposent.

Tout d'abord la statistique allemande de l'impôt sur le chiffre d'affaires est basée sur la notion d'entreprise, et non sur celle d'établissement. Des estimations approximatives indiquent que le nombre d'établissements de détail est supérieur de 5 à 10 % à celui des entreprises.

Il importe d'autre part de préciser que depuis l'année 1958 les entreprises dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 8 000 DM ne paient pas d'impôt sur le chiffre d'affaires et donc ne sont plus incluses dans les statistiques fiscales. Enfin, depuis le rétablissement du principe fiscal de l'"Organschaft" (voir l'annexe n° 68 relative à la fiscalité), les chiffres d'affaires des entreprises de gros liées avec des entreprises industrielles et ceux des comptoirs de vente de ces dernières sont repris actuellement dans les rubriques statistiques de l'industrie.

a) Commerce de gros :

Nombre d'entreprises du commerce de gros et d'import-export assujetties aux impôts sur le chiffre d'affaires⁽¹⁾ (y compris Berlin-Ouest, Sarre exclue)

Années	Nombre d'entreprises
1957	148 218
1958	134 453
1959	134 824

En 1957 on avait dénombré 148 218 entreprises de gros. La différence avec les nombres relevés pour les années suivantes provient de l'exclusion des très petites entreprises et de l'application du principe de l'"Organschaft".

La répartition suivant les grands secteurs professionnels s'opérait ainsi au cours des trois mêmes années :

Secteurs	Nombre d'entreprises		
	1957	1958	1959
- Commerces de gros alimentaires et agricoles	57 892	54 167	54 108
- Autres commerces de gros	85 814	76 092	76 382
- Commerces d'import-export	4 512	4 194	4 334
	166 218	134 453	134 824

(1) Principale Source : Die Umsätze der Unternehmen und ihre Besteuerung - 1958,59

Les nouvelles dispositions fiscales n'ont, semble-t-il, qu'assez faiblement perturbé les statistiques concernant le nombre de commerces d'import-export; elles ont atteint un peu plus celles relatives aux commerces des produits alimentaires et agricoles; elles ont eu surtout des répercussions sur les statistiques touchant les commerces de gros de produits industriels (matières premières, produits demi-finis, produits finis).

On trouvera aux annexes n° 29 et 30 des indications plus détaillées sur la répartition par secteurs, en 1958 et 1959 des entreprises du commerce de gros.

b) Commerce de détail :

Nombre d'entreprises du commerce de détail assujetties aux impôts sur le chiffre d'affaires (y compris Berlin-Ouest, Sarre exclue)

Années	Nombre d'entreprises	
	Toutes entreprises	au-dessus de 8 000 DM
1957	544 409	434 564
1958	---	437 279
1959	---	440 504

L'exclusion des très petits commerçants dans les statistiques fiscales a entraîné un déchet considérable dans le nombre d'entreprises, puisqu'il s'élève à près de 110 000, soit environ 1/5 de leur nombre total. On doit noter toutefois que, si l'on considère l'importance économique réelle de ces petits commerces, l'exclusion a eu beaucoup moins de conséquences; les entreprises disparues de la statistique en 1958 n'avaient en effet réalisé en 1957 qu'un chiffre d'affaires de 447 millions de DM sur un total de 67 635 millions.

Le nombre global d'entreprises du commerce de détail peut donc être évalué actuellement à 550 000 environ suivant la définition allemande du groupe "Commerce". A ce nombre, il convient d'ajouter les boulangeries et les pâtisseries (52 785) ainsi que les boucheries (42 014) qui, en Allemagne, sont classées dans le secteur artisanal. On obtiendrait ainsi un chiffre global de 645 000 entreprises.

- (1) Les annexes n°s 34 et 35 donnent des indications plus détaillées sur la répartition par secteur en 1958 et 1959 des entreprises du commerce de détail.

Si l'on veut connaître le nombre d'établissements ou de magasins, il est généralement admis de majorer le nombre précédent de quelque 20 à 30 000 unités; de la sorte, le nombre de magasins de détail qui approvisionnent la population de la République fédérale, peut être estimé à environ 670 000, soit un peu moins, mais pour une population sensiblement plus élevée qu'en France.

Pour caractériser le commerce de détail allemand, il faut enfin mentionner qu'il comprend 21 000 commerçants détenteurs d'une licence de commerçants ambulants et environ 38 000 entreprises exerçant partiellement ou totalement leur activité sur les marchés.

II. EMPLOIS

a) Répartition entre les secteurs professionnels

Les statistiques officielles du recensement des effectifs occupés dans le commerce remontent également à l'année 1950. Elles ne sont pas, par conséquent, indicatives de la situation actuelle, étant donné les grands changements survenus dans l'économie commerciale allemande depuis cette époque déjà éloignée.

Il peut cependant être utile de rappeler les chiffres de 1950 qui, en outre, ne concernent ni Berlin Ouest ni la Sarre, au point de vue territorial.

	<u>Personnes occupées en 1950</u>
Commerce d'importation et d'exportation	37 600
Commerce de gros	684 000
Commerce de détail	1 274 000
Cce de détail artisanal (boulangerie-boucherie)	420 000

II - 5

La fédération allemande du commerce de gros et du commerce extérieur, mentionne dans son rapport de 1959-1960 que "tandis que le nombre des entreprises est resté stable depuis 1948 (aux environs de 130 000), le nombre des personnes occupées (patrons, aides familiaux et apprentis inclus) serait passé, d'après les enquêtes de l'institut IFO de Munich, entre 1950 et 1958, de 728 000 à 1 289 000, c'est-à-dire en augmentation de 80 %". Le personnel moyen occupé aurait ainsi presque doublé, s'élevant de 5,5 à 9,7 par entreprise. Cette évolution doit être attribuée non seulement aux nécessités de reconstruction après les dégâts importants causés par la guerre, mais aussi à l'expansion économique générale prise par l'économie allemande ; elle témoigne de la puissante vitalité des commerces de gros allemands.

La répartition des effectifs entre les différentes branches du commerce de gros s'établirait ainsi en 1959 :

Commerce d'importation et d'exportation	4 %
Commerce de gros alimentaire	31 %
Commerce de gros des matières premières et des demi-produits	25 %
Commerce de gros des produits finis industriels	<u>40 %</u>
	100 % (1)

On ne dispose pas d'estimations récentes pour les commerces de détail. Certains pensent qu'une évolution semblable à celle qui a été constatée dans les commerces de gros a affecté également les commerces de détail, mais ce n'est là qu'une hypothèse qui n'a pas été confirmée par des sondages même partiels et qui paraît se baser seulement sur les indications tirées de l'évolution des chiffres d'affaires. D'autres estiment que l'augmentation de l'emploi dans ce secteur n'aurait été que de 15 à 20 % depuis 1950.

b) Répartition suivant les fonctions

D'après la fonction au sein de l'entreprise, la répartition en pourcentage des personnes occupées dans le commerce s'établissait ainsi en 1950 (secteur commerce artisanal exclus) :

(1) Source : Gesamtverband des Deutschen Gross-und Aussenhandels e.V. Arbeitsbericht 1959/1960, page 89.

1. Commerce de gros	Employeurs	1	18,8 %
	Auxiliaires familiaux		6,4 %
	Employés		37,5 %
	Ouvriers		29,1 %
	Apprentis		8,2 %
2. Commerce de détail	Entrepreneurs		38,9 %
	Auxiliaires familiaux		16,1 %
	Employés		20,3 %
	Ouvriers		13,1 %
	Apprentis		11,5 %

Des indications complètes manquent pour mettre à jour ces tableaux, et, notamment dans les commerces de gros, le pourcentage des salariés a certainement augmenté de façon notable au détriment de celui des patrons et des aides familiaux. (1)

En outre, selon les constatations de l'institut IFO, la part des employés dans le nombre de salariés était en 1959 de 52 %, contre 35 % pour les ouvriers et 13 % pour les apprentis; par rapport à l'année 1950 cela correspondrait à une augmentation de 2 à 3 % du nombre des employés et des apprentis alors que le nombre d'ouvriers subissait la diminution relative correspondante.

Enfin, conséquence de la pénurie d'emploi, le nombre de personnes occupées à mi-temps, surtout parmi les femmes mariées, dans les commerces de gros et d'export-import a constamment augmenté au cours des dernières années. D'après l'institut IFO, le nombre des entreprises participant à un sondage sur ce sujet et occupant de telles personnes serait passé de 9 % en 1957 à 12 % en 1959 et à 33 % à l'automne 1960.

(1) Sur le plan des salariés proprement dit, on possède des statistiques plus complètes. D'après les enquêtes du "Bundesanstalt für Arbeitsvermittlung und Arbeitslosenversicherung", leur nombre aurait évolué comme suit pour les commerces de gros et de détail : (en 1 000 personnes)

1954	1 526,7
1955	1 663,2
1956	1 824,4
1957	1 958,9
1958	2 059,9

III. CHIFFRES D'AFFAIRES**a) Chiffres d'affaires globaux**

Le chiffre d'affaires du commerce de gros a été en augmentation constante au cours des dernières années, sauf un court pallier entre 1952 et 1953⁽¹⁾. Le montant global qui atteignait 66 milliards de DM en 1950 avait doublé vers l'année 1956 et, en 1960, il est parvenu à 175 milliards de DM, ce qui représente une progression de 180 % en dix années.

Il se répartissait, au cours des deux dernières exercices, de la façon suivante entre les cinq groupes de commerce de gros :

	<u>1958</u>	<u>1959</u>
Commerce de gros alimentaire	30,9 %	30,4 %
Commerce de gros en produits finis non aliment.	22,8 %	23,2 %
Commerce de gros en matières premières et demis- produits	32,1 %	32,4 %
Commerce d'importations et d'exportations	11,7 %	11,4 %
Commerces de gros non spécialisés	2,5 %	2,6 %
	<u>100 %</u>	<u>100 %</u>

On notera la part importante (44 %) des commerces interindustriels et des commerces d'import-export.

Le chiffre d'affaires du commerce de détail a été, lui aussi, en République fédérale en augmentation constante au cours des dernières années :

Evolution du chiffre d'affaires global du commerce de détail entre 1955 et 1960 (Berlin Ouest inclus, Sarre exclue)

Année	Chiffre d'affaires absolu en milliards de DM	Evolution du chiffre d'affaires par rapport à l'année précédente en %
1955	54,2	
1956	61,1	+ 12,7 %
1957	67,2	+ 10,0 %
1958	71,3	+ 6,1 %
1959	76,6	+ 7,4 %
1960	83,5	+ 9,0 %

(1) voir tableau annexe n° 36.

Le chiffre d'affaires du commerce de détail se répartissait en 1959 entre les différentes branches principales de la façon suivante ⁽¹⁾ :

Secteurs	Chiffre d'aff. millions DM	% du chiffre d'aff.global
Commerce de détail non spécialisé ⁽²⁾	13 647	17,8
Commerce de détail alimentaire, boissons, tabac	23 926	31,2
Textiles et chaussures, articles de sport	13 605	17,8
Articles ménagers, meubles, tapis	7 826	10,2
Machines agricoles, autres machines, bicyclettes, postes d'essence	2 042	2,6
Autres	15 592	20,4
	76 638	100

b) Répartition des entreprises suivant l'importance des chiffres d'affaires

Les statistiques fiscales permettent, pour les entreprises réalisant un chiffre d'affaires annuel supérieur à 8 000 DM, de connaître la répartition de ces entreprises en fonction de l'importance de leurs ventes.

Les tableaux ci-après en fournissent une vue schématique; on trouvera les ventilations détaillées aux annexes n° 28 et 32 .

(1) Source : Umsatzstatistik

(2) Répartition détaillée : Grands magasins, Prix Uniques	6 233
Coopératives de consommation	2 882
Magasins d'alimentation à succursales multiples	2 664
Maisons de vente par correspondance non spécialisées	1 868

Commerces de gros

Répartition des entreprises suivant le chiffre d'affaires réalisés en 1958 et 1959 (Berlin Ouest compris, Sarre exclue)

Tranches de chiffres d'affaires (en DM)	Nombre d'entreprises		Chiffre d'affaires	
	1958	1959	1958	1959
de 8 000 à 250 000	79 009	77 057	7 123	7 032
de 250 000 à 2 millions	45 815	47 143	32 156	33 419
de 2 à 25 millions	9 203	10 124	46 585	51 758
plus de 25 millions	436	500	47 899	54 557
	134 463	134 824	133 763	146 766

Plusieurs constatations s'imposent :

Tout d'abord le nombre des plus petites entreprises a diminué de 2,5 % d'une année sur l'autre et les chiffres d'affaires réalisés par les entreprises de cette catégorie ont baissé de 1,3 %. Leur part dans le chiffre d'affaires global est tombée de 5,3 à 4,8 %.

Au contraire, toutes les autres catégories ont progressé en nombre et par la valeur des ventes et, dans tous les cas, les pourcentages d'accroissement ont été proportionnels à l'importance des entreprises : ils se sont échelonnés de 3 % (nombre) et 4 % (ventes) pour les entreprises réalisant un chiffre d'affaires compris entre 250 000 et 2 millions de DM, à 10 et 11 % pour celles de la catégorie immédiatement supérieure et à 15 et 14 % pour les plus importantes. (1)

Il y a donc un mouvement incontestable d'expansion au sein des commerces de gros.

(1) Le tableau n° 31 donne de plus amples détails sur l'évolution du chiffre d'affaires entre 1958 et 1959 à l'intérieur des différentes classes de grandeur des entreprises.

Il en est de même pour les commerces de détail.

Commerces de détail

Répartition des entreprises suivant les chiffres d'affaires réalisés en 1958 et 1959 (Berlin Ouest inclus, Sarre exclue) (1)

Tranches de chiffre d'affaires (en DM)	Nombre d'entreprises		Chiffre d'affaires (en mio.DM)	
	1958	1959	1958	1959
De 8 000 à 100 000	291 281	286 102	13 025	12 879
De 100 000 à 250 000	104 535	109 150	15 994	16 798
De 250 000 à un million	36 000	39 266	15 156	16 453
Plus d'un million	5 463	5 986	27 111	30 506
	437 279	440 504	71 286	76 636

Comme pour les commerces de gros, l'évolution entre 1958 et 1959 reflète un mouvement assez net vers l'expansion.

Les petites entreprises ont diminué de 1,8 % en nombre et leur chiffre d'affaires s'est abaissé de 1,2 %. Leur part dans le chiffre d'affaires global est passée de 18,2 % à 16,8 %.

Toutes les autres catégories d'entreprises, ont, tant pour leur nombre que pour le chiffre d'affaires réalisé, bénéficié d'accroissements proportionnels à leur importance. Ces accroissements se sont échelonnés de 5 % (nombre et ventes) pour les entreprises réalisant un chiffre d'affaires de 100 000 à 250 000 DM, à 9,5 % et 8,5 % pour la catégorie immédiatement supérieure et à 9,6 % et 13 % pour les plus importantes.

Compte tenu du fait que les entreprises du commerce de détail réalisent des ventes inférieures en valeur absolue à celles du commerce de gros et que leur répartition dans les diverses catégories ne peut donc se faire suivant les mêmes critères de chiffre d'affaires, on doit noter un parallélisme assez étroit pour l'évolution suivie par les unes et par les autres entre 1958 et 1959.

(1) L'annexe n° 33 donne les détails de l'évolution entre 1958 et 1959.

c) La part du commerce dans le produit national

Le produit national brut s'est élevé en 1960 d'après les estimations provisoires à 275,8 milliards de DM; la consommation privée, par contre, se chiffrait au même temps à 158 milliards de DM et le chiffre d'affaires du commerce de détail à 78 milliards de DM (les entreprises avec un chiffre d'affaires inférieur à 8 000 DM exclues).

En 1955, les chiffres respectifs étaient de 178,3 milliards pour le produit brut national, 103,4 milliards de DM consommation privée et 50,3 milliards de DM chiffre d'affaires du commerce de détail.

Toutefois, le rapport des chiffres d'affaires du commerce de détail au PNB (ou PIB) ne donne pas la part du commerce dans le PNB (ou PIB). Pour obtenir celle-ci, c'est la "valeur ajoutée" par les commerces de gros et de détail qu'il faut comparer au produit national brut. (Voir annexe n° 26 a).

En ce qui concerne le commerce de détail, la valeur de ce rapport est de l'ordre de 6 % (5,5 % en 1954 et 6,6 % en 1959)

La part de l'ensemble du commerce (gros et détail) dans le produit national brut a évolué comme suit au cours des dernières années :

1950	13 %
1955	12,2 %
1958	12,6 %

IV. LE MOUVEMENT D'INTEGRATION

L'Allemagne peut être considérée comme l'un des pays de la CEE où l'intégration dans le commerce, et spécialement "l'intégration volontaire", est la plus poussée.

a) En ce qui concerne les commerces intégrés proprement dits, la situation au 31 décembre 1959 était la suivante :

Grands magasins, grandes entreprises de distribution spécialisées et Prix Uniques	157 avec environ 600 établissements
Coopératives de consommation	276 avec 9 301 ⁽¹⁾ établ. de détail
Entreprises de ventes par correspondance non spécialisées	23
Entreprises à succursales	environ 130 avec 6 700 points de vente
Supermarchés	de 200 à 300

Les supermarchés sont ceux qui ont une surface de vente de plus de 400 m² par établissement. On notera qu'ils se sont développés surtout au cours des deux dernières années, puisqu'on n'en dénombrait que 34 à la fin de l'année 1957.

Pour avoir une mesure de l'importance du rôle joué dans la distribution allemande par les commerces intégrés, "l'Institut für Handelsforschung" de Cologne a effectué en 1957 une enquête, limitée aux branches non alimentaires. Les grands magasins réalisaient 9 % des ventes dans ces branches, les entreprises de ventes par correspondance 3 %, les coopératives de consommation 0,5 %, soit 12,5 % pour tout le secteur intégré. Dans les branches alimentaires, les succursalistes⁽²⁾ effectuaient 12,5 % des ventes et les coopératives de consommation environ 10 %, soit 22,5 % pour tout le secteur intégré.

(1) affiliées à la "Zentralverband Deutscher Konsumgenossenschaften". Situation au 31 décembre 1960 : deux mille cent sept succursales étaient exploitées en libre service.

(2) Y compris les rayons d'alimentation des grands magasins.

II - 13

b) La collaboration entre les commerçants de détail et les commerçants de gros ou la collaboration entre différents commerçants détaillants est souvent désignée comme une marque de "semi-intégration" dans le commerce. Les conventions de collaboration sont en forte progression; elles doivent être considérées comme des mesures de défense du commerce indépendant contre la force croissante du commerce intégré. C'est surtout ces derniers temps que le mouvement a pris un essor considérable.

En République Fédérale d'Allemagne on dénombre 1 200 coopératives d'achat du commerce et de l'artisanat avec environ 60 000 adhérents. Il existe en outre différentes autres formes de groupements d'achat du commerce de détail établies sous une forme juridique différente de celle des coopératives d'achat. Parmi celles-ci il faut signaler les chaînes volontaires qui se sont développées presque exclusivement dans le commerce alimentaire; on dénombre actuellement dans la République Fédérale 19 chaînes volontaires comprenant environ 550 grossistes et approximativement 100 000 détaillants; leur part dans le chiffre d'affaires global du commerce alimentaire se chiffrait en 1959 à environ 12,1 milliards de DM, soit 40 % des ventes au détail.

c) La part du chiffre d'affaires du commerce de détail alimentaire fait par le commerce intégré en général (rayons des grands magasins, coopératives, succursalistes, groupements d'achat et chaînes volontaires) aurait été en 1959 de 92 % (1). Cette proportion se suffit à elle-même pour caractériser l'immense effort d'organisation qui a été accompli par les commerçants de ce secteur.

(1) Source : "Die Welt" du 13 janvier 1961

B. PROBLEMES DU COMMERCE ALLEMAND

Le commerce a participé normalement à l'évolution favorable de l'économie allemande au cours de ces dernières années, mais de grands efforts lui ont été nécessaires pour parvenir à ce résultat.

La concurrence s'est sensiblement accentuée aussi bien entre les différents échelons qu'entre les diverses formes du commerce. L'ensemble de la distribution allemande se trouve dans une phase de révolution structurelle. La position traditionnelle du commerce avec sa répartition des tâches et des fonctions est ébranlée. La forte concurrence incite à la recherche des moyens les plus directs et les plus rationnels pour l'approvisionnement dans les meilleures conditions du consommateur final. En même temps certains postes des frais de distribution sont en augmentation. De nouveaux problèmes sont nés de cette tendance générale et des problèmes existants se sont encore aggravés.

Les paragraphes suivants évoquent les aspects actuels les plus caractéristiques de ces problèmes. Une première série de ceux-ci concernent les transformations structurelles en cours (concentration commerciale, non spécialisation, rationalisation); viennent ensuite ceux qui se rapportent aux prix imposés, à la fiscalité, et enfin à la position du commerce allemand devant le Marché Commun.

I. LES TRANSFORMATIONS STRUCTURELLES

a) Le problème de la concentration commerciale

Les organisations professionnelles du commerce de détail et du commerce de gros ont fait part à différentes reprises aux instances gouvernementales de leurs préoccupations à l'égard de ce problème. En effet, les ventes des grands magasins et des grandes entreprises spécialisées augmentent plus rapidement que celles du commerce de détail en général.

Les maisons de vente par correspondance à assortiment non spécialisé ont pu accroître leur chiffre d'affaires au cours des dernières années de façon sensible; elles ont enregistré la plus forte augmentation des ventes de toutes les formes de distribution. On doit mentionner enfin la progression des grandes entreprises à succursales dans le commerce alimentaire, partiellement financées par des capitaux étrangers.

La tendance à la constitution de grandes unités de vente est encore favorisée par la formule de vente en libre service et la création des supermarchés.

Afin de connaître mieux ces problèmes et la portée de la concentration, le Bundestag a décidé de faire effectuer une enquête spéciale, mais les résultats des recherches ne seront disponibles que dans deux ans environ.

Le gouvernement de la République Fédérale d'Allemagne, s'il observe ce problème de la concentration, ne prévoit pas de réglementations ou d'interdictions directes. Les mesures de défense doivent donc être prises par les petites et moyennes entreprises elles-mêmes. "L'anti-concentration", c'est-à-dire la collaboration entre commerçants commencée bien avant la guerre, est en pleine expansion. Elle concerne en tout premier lieu le commerce de détail d'alimentation. Actuellement plus des trois quarts des quelque 170 000 points de vente du commerce alimentaire sont déjà groupés :

51 000 détaillants sont affiliés à des coopératives d'achat
 75 000 détaillants sont affiliés à des chaînes volontaires
 10 000 points de vente des coopératives de consommation
 7 000 points de vente d'entreprises à succursales
 180 rayons d'alimentation dans les grands magasins

27 000 commerçants seulement restaient encore en 1960 sans aucun rattachement à un groupe ou à l'autre⁽¹⁾.

Dans les autres branches du commerce des groupements d'achat se sont également développés. C'est ainsi qu'en 1960 la part des groupements d'achat en textiles se montait à environ 40 % du chiffre d'affaires global du commerce de gros. Dans le commerce de quincaillerie les groupements d'achat sont également en expansion. Devant cette collaboration étroite des commerçants faisant leurs achats en commun, certaines voix se sont élevées pour dénoncer la naissance d'un monopole de la demande; il n'est cependant pas à prévoir que le "Bundeskartellamt" ou le Gouvernement fédéral prennent contre ces groupements les mesures prévues par la législation sur les monopoles.

D'un autre côté, une notable partie des détaillants affiliés à des chaînes volontaires, parfois en collaboration avec des maisons de vente par correspondance, ont commencé la vente sur catalogue de produits non alimentaires. Le détaillant agit ici comme intermédiaire entre le consommateur et le grossiste ou la maison de vente par correspondance; il touche pour son intervention une commission.

Mais étant donné que la loi prévoit un apprentissage ou un examen particulier pour l'accès à la profession du commerce de détail alimentaire, et que de ce fait les détaillants des autres branches ne peuvent sans autorisation spéciale vendre des produits alimentaires, des critiques sévères se sont élevées contre les méthodes de vente par correspondance dans le commerce alimentaire. Une modification de la loi correspondante a été déjà réclamée pour supprimer les prescriptions légales "favorisant" le commerce de détail alimentaire.

(1) Source : Chambre de Commerce de Hambourg

b) La tendance à la non spécialisation

L'élargissement de l'assortiment que l'on peut observer en règle générale dans tout le commerce de détail se place sur le même plan que la vente sur catalogue instaurée par le commerce de détail alimentaire. Cette tendance à la non spécialisation a son origine dans la concurrence des autres branches et tend à offrir aux consommateurs le plus grand choix possible des marchandises différentes sous un même toit.

Cette extension du nombre des articles peut cependant rendre plus difficile les efforts de rationalisation que le commerce doit poursuivre, ne serait-ce que par suite du manque de personnel. Pour ce motif, il est à prévoir que les effets de cette évolution vers la non spécialisation trouveront rapidement (mais peut-être provisoirement) leurs limites.

A cela s'ajoute que de nombreux consommateurs, notamment lorsque leur niveau de vie s'élève, attachent une importance de plus en plus grande aux services et à la solidité des magasins spécialisés.

c) La rationalisation dans le commerce

C'est un des problèmes les plus importants qui préoccupent le commerce aux stades de gros et de détail. Des efforts intensifs ont permis d'augmenter le rendement par personne occupée dans le commerce de détail de la façon suivante :

Chiffre d'affaires par personne occupée du commerce de détail :

1954	DM 41 500
1958	DM 48 300
1959	DM 50 500

Les commerces de gros et de détail disposent de services des conseillers, répartis systématiquement sur tout le territoire de la République Fédérale. C'est surtout pour le commerce de détail que le travail du groupe de travail "Rationalisation du Commerce" (Rationalisierungsgemeinschaft des Handels) a eu les plus grands bienfaits.

L'expansion du libre service peut servir de base de comparaison pour évaluer le degré de modernisation du commerce de détail : en 1950, la République Fédérale en comptait 39, tandis qu'en 1960, leur nombre est monté à 22 619.

On trouvera à l'annexe n° 37 une statistique détaillée donnant la progression de cette forme de vente pour chacun des trois grands groupes de commerçants qui l'utilisent. Alors que les coopératives de consommation en ont été les principaux précurseurs et que, de 1953 à 1956, les entreprises à succursales et les grands magasins exploitaient la majorité des établissements en libre service, depuis 1957 cette forme de vente a surtout pris un essor considérable chez les commerçants indépendants auxquels appartenaient, en 1960, 75 % des magasins intéressés.

Mais il est certain par ailleurs, que la modernisation ne peut être obtenue que partiellement, par des investissements matériels. Il est d'une extrême importance qu'en même temps la formation professionnelle des effectifs occupés dans le commerce soit activée et ce problème prend d'autant plus d'ampleur qu'il se compagne avec celui d'une certaine pénurie de personnel dans les professions commerciales.

Il est juste de noter, à cet égard, que les organisations professionnelles et les entreprises font de très grands efforts d'un côté pour la formation, et de l'autre pour le perfectionnement de leurs effectifs.

Enfin, les revendications sociales des salariés du commerce sont de plus en plus vives, et leur satisfaction se traduit soit dans des frais de salaires plus élevées soit par la réduction du temps de travail. Ce dernier fait est une des causes principales de la réglementation adoptée pour les heures d'ouverture des magasins dans la République Fédérale d'Allemagne.

II. LES PROBLEMES DES PRIX IMPOSES

En Allemagne fédérale, les prix peuvent être imposés par les producteurs, sous réserve de déclaration au Bundeskartellamt. Le principe même n'est généralement pas contesté par les commerçants lorsque ces prix s'appliquent à des produits de marque répondant aux caractéristiques suivantes :

- production correspondant normalement aux besoins
- standardisation des articles.
- qualité et présentation immuables
- prix stables pour une période non limitée d'avance
- information préalable du consommateur; publicité par le producteur.

En outre, les producteurs doivent assurer le contrôle des obligations qu'ils imposent et sanctionner les défaillances.

Malgré l'accord quasi général qui semblait régner dans ce domaine on assista au cours de l'année 1960 à une véritable offensive contre les prix imposés sur le marché des articles de radio - télévision. La raison profonde semble en avoir été la discordance qui existait entre la production et les possibilités de vente. Pour assurer l'écoulement de stocks qui devenaient d'autant plus encombrants que des perfectionnements techniques sont sans cesse découverts, les producteurs eux-mêmes ont consenti aux grossistes des rabais supérieurs à ceux convenus contractuellement. Les grossistes et parfois les producteurs eux-mêmes ont pu alors écouler facilement, à prix réduits, les marchandises par le "marché gris" (ventes directes à des associations d'employés, de fonctionnaires), bien qu'une loi de novembre 1960, mais dont la mise en application soulève certaines difficultés juridiques, interdise en principe ces "commerces de complaisance". A la suite des producteurs et des grossistes, nombre de détaillants s'engagèrent alors dans des pratiques similaires et le mouvement atteignit une telle importance qu'en janvier 1961, le

Bundeskartellamt annula l'obligation des prix imposés pour les séries de postes ayant fait l'objet de telles pratiques de ventes à rabais.

Le mouvement a atteint également, quoique à des degrés moindres, quelques autres secteurs tels que ceux de l'horlogerie, des appareils d'optique - cinéma, et dans le domaine alimentaire, la chocolaterie.

Il est à présumer que le nouveau Parlement reprendra les débats sur la question des prix imposés. On ne prévoit cependant pas que le système même soit révisé, notamment pour les articles de **marque**, d'autant plus que la majorité des commerçants y reste attachée. La difficulté essentielle sera de trouver une définition satisfaisante du "véritable article de marque".

III. LES PROBLEMES FISCAUX

Les organisations professionnelles du commerce de gros souhaitent que le système actuel d'imposition du chiffre d'affaires reste en vigueur, mais qu'une adaptation pour les différents stades du commerce soit réalisée. Ses représentants, afin d'obtenir des conditions de concurrence égales avec les entreprises intégrées du commerce de détail, demandent que les fournitures du commerce de gros à des revendeurs soient libérées de l'impôt sur le chiffre d'affaires et que, par contre, les livraisons directes du producteur au consommateur soient frappées de cet impôt; de même les entreprises de production intégrées devraient, selon eux, payer des impôts de compensation. Enfin, le commerce de gros désirerait une réduction générale échelonnée des taux d'impôt sur le chiffre d'affaires.

Les organisations professionnelles du commerce de détail voient le problème sous un angle tout à fait différent. Elles demandent un changement complet du système d'imposition du chiffre d'affaires grâce à l'introduction d'un impôt sur la plus-value.

Le parlement fédéral a décidé en date du 29 janvier 1961 une modification de la loi en matière d'impôts sur le chiffre d'affaires qui a donné quelques satisfactions partielles aux uns et aux autres, sans modifier fondamentalement le système actuel.

IV. La position du commerce allemand face au Marché Commun

On peut considérer la position du commerce allemand face au Marché Commun comme positive. Les organisations centrales du commerce ont en particulier pris contact ou bien fortifié les contacts existants avec les organisations professionnelles similaires, aussi bien sur le plan international que sur le plan national des pays partenaires de la CEE.

En outre, le commerce de gros allemand n'a jamais cessé d'attirer l'attention sur la nécessité d'arriver le plus rapidement possible à une collaboration entre la CEE et l'EFTA, afin d'éviter des perturbations dans les rapports du commerce extérieur de l'Allemagne avec les pays de la zone de libre échange. Le groupe de travail commerce extérieur, créé au sein de l'organisation centrale du commerce de détail, et qui groupe toutes les entreprises de détaillants important directement de l'étranger, suit avec intérêt toutes les nouvelles possibilités d'approvisionnement en marchandises, créées par l'élargissement des marchés et il est lui aussi favorable à une plus étroite collaboration entre la CEE et l'EFTA.

A côté de l'activité des organisations professionnelles on constate actuellement une prise de conscience par les entreprises du commerce des répercussions que le Marché Commun pourra avoir sur le marché intérieur. Le commerce allemand, pour une large partie, a déjà compris la nécessité de l'étude systématique des marchés nationaux des pays partenaires de la CEE et les grands magasins, en particulier, utilisent de plus en plus les avantages que leur offre une étroite collaboration avec des entreprises homologues à l'étranger pour bénéficier de sources d'approvisionnement de plus en plus variées.

F R A N C EA. STRUCTURES COMMERCIALESI. NOMBRE D'ETABLISSEMENTSa) Données globales

La France ne possède pas de recensements périodiques de la distribution effectués par voie de questionnaires adressés aux professionnels, mais, depuis 1948, l'INSEE (Institut National de la statistique et des études économiques) tient un fichier des établissements industriels, artisanaux et commerciaux en utilisant les renseignements contenus dans les déclarations souscrites par les entreprises auprès des administrations des finances et de la sécurité sociale.

La plus récente exploitation mécanographique générale de ce fichier concerne l'année 1958. A cette date on dénombrait, suivant la définition des professions commerciales retenue pour cette étude⁽¹⁾, un peu plus de 860 000 établissements commerciaux dont environ 750 000 pour l'échelon de détail, soit un magasin pour 59 habitants.

Ils se répartissent ainsi par grands secteurs professionnels⁽²⁾ :

	Commerces agricoles	Cces alimentaires, tabacs	Cces multiples et cces non alimentaires	Total
Commerces de gros	11 300	46 623	50 667	108 590
Commerces de détail	8 375	417 547	305 344	731 266
Commerces mixtes (gros et dét.)	18 412	1 611	928	20 951
Total	38 087	465 781	356 939	860 807

(1) cf. annexes numéros 2 et 38 et 39, dont l'une fournit des résultats pour 1960 parvenus trop tard pour être utilisés dans le corps de l'étude

(2) Sources : - INSEE Les établissements industriels, artisanaux et commerciaux en France en 1958

- CREDOC Bulletin Consommation; janvier - mars 1961

La plus grande partie des commerces mixtes (gros - détail) se trouve dans le secteur des commerces de produits agricoles; dans les autres secteurs, ils ne représentent qu'un nombre insignifiant d'établissements.

Les commerces de gros sont sensiblement plus nombreux dans le secteur des produits non alimentaires (un grossiste pour six détaillants) que dans celui des produits alimentaires (un grossiste pour neuf détaillants). Cela tient en particulier à l'existence, dans le premier groupe, d'un certain nombre de grossistes "enclavés", c'est-à-dire situés entre deux séries d'entreprises industrielles.

Les commerces de détail se répartissent approximativement en 52 % de commerces alimentaires et 48 % de commerces réservés à d'autres produits, y compris les tabacs. Or, en 1958 les dépenses de consommation des français⁽¹⁾ s'établissaient de façon inverse : 42,6 % pour les dépenses alimentaires et 57,4 % pour les dépenses non alimentaires. "L'équipement commercial apparaît donc plus dispersé dans le domaine alimentaire que dans les autres secteurs."⁽¹⁾ Il faut cependant tempérer cette affirmation en raison du fait que de nombreux commerces alimentaires tiennent de plus en plus ce qu'il est convenu d'appeler un "cinquième rayon" consacré à la vente de produits non alimentaires; en sens contraire, toutefois, les grands établissements à commerces multiples, classés avec les commerces non alimentaires ont, maintenant, presque tous des rayons alimentaires.

Les commerces non sédentaires sont nombreux dans certaines branches. En 1958, on en dénombrait environ 92 000 dont 36 000 pour l'alimentation et 56 000 pour la vente des autres produits.

(1) Source : CREDOC - Revue "Consommation", janvier - mars 1961, page 38

b) Evolution récente

Les structures du commerce français sont en voie de transformation assez rapide depuis une dizaine d'années.

Une enquête permanente menée par l'AFRESCO (Association Française de recherches et d'études statistiques commerciales)⁽¹⁾ permet de dégager les lignes directrices de l'évolution générale : au cours de la période 1954 - 1960 cette évolution a été caractérisée par la disparition nette de 35 060 établissements commerciaux, tandis que l'on observait dans le même temps la création de 63 611 rayons nouveaux à l'intérieur d'établissements existants. A la fin de 1960, le nombre des "points de vente"⁽²⁾ dépassait ainsi de 28 551 celui de fin 1953.

On a pu constater en outre que le nombre des fermetures d'établissements a très fortement diminué au cours des deux dernières années, alors que les créations de nouveaux rayons se maintiennent à un niveau élevé continuant à confirmer la tendance croissante à la non spécialisation des commerces.

Enfin, l'évolution a été très variable selon les secteurs. Alors que dans le textile le nombre des points de vente diminuait de 10 670 (13 644 fermetures d'établissements et 2 974 créations de nouveaux rayons), dans l'alimentation apparaissaient 6 712 nouveaux points de vente (20 393 fermetures et 27 105 extensions).

II. EMPLOI

En l'absence de recensement de la distribution, il n'y a pas de sources de documentation homogènes pour obtenir des indications sur l'importance des effectifs employés dans les professions commerciales.

(1) Voir annexe N° 40 un tableau sur l'évolution du nombre de points de vente entre 1954 et 1960

(2) ou rayons de vente

En outre, les deux sources principales de statistiques ne concernent que les salariés, à l'exclusion des patrons et des aides familiaux ne percevant pas de rémunération déclarée. Il s'agit d'une part des statistiques afférentes aux salariés déclarés à l'administration des contributions directes et d'autre part des statistiques sur la répartition des établissements d'après l'importance du nombre de salariés, obtenues par le dépouillement du fichier général des établissements tenu par l'INSEE.

a) Les effectifs de salariés employés dans le commerce

Les chiffres mentionnés ci-après émanent du service des statistiques et études financières du Ministère des Finances. Par suite de modifications intervenues en 1956, dans l'exploitation de ces données, il n'a pas été possible de remonter aux années antérieures pour déceler les tendances de l'évolution sur une plus longue période.

L'annexe n° 43 donne pour chacune des années 1956, 1957 et 1958 la répartition des effectifs de salariés employés dans le commerce selon treize branches professionnelles, le tableau ci-dessous rassemble les mêmes données en les regroupant uniquement en deux grands secteurs. Ajoutons que d'après une enquête de l'AFRESCO, les effectifs féminins dans le commerce s'élèvent à plus d'un tiers du personnel salarié.

	<u>Nombre de salariés</u>		
	1956	1957	1958
Commerces agricoles et alimentaires	506 300	507 310	507 900
Commerces non alimentaires	694 210	734 330	763 320
Total	1 200 510	1 241 640	1 271 220

Le tableau ci-dessus montre que, tandis que l'effectif des salariés restait à peu près stationnaire dans les commerces agricoles et alimentaires, il augmentait dans les commerces non alimentaires de 5 % de 1956 à 1957 et de près de 4 % de 1957 à 1958.

Les professions dans lesquelles on enregistre des mouvements notables sont les commerces non spécialisés (+ 16 % de 1957 à 1958) et la quincaillerie et les activités annexes (+ 23 % de 1956 à 1958).

Pour l'ensemble des effectifs l'accroissement du nombre des salariés a été de 3,5 % de 1956 à 1957 et de 2,5 % de 1957 à 1958.

Pour ce qui concerne l'évolution future, des facteurs contradictoires sont probablement appelés à agir sur le développement de l'emploi dans le commerce. Tandis que l'accroissement de la productivité par la modernisation du commerce et sa rationalisation devrait agir dans le sens de la compression des effectifs, par contre l'augmentation de la population, celle de la production, des revenus et de la consommation devraient tendre à leur développement et tout laisse à penser que les dernières forces feront plus que compenser les compressions rendues possibles par l'emploi des nouvelles techniques. Il convient de noter que selon une déclaration de M. MASSE, Commissaire général au Plan, l'occupation dans le secteur tertiaire devrait s'accroître de 820 000 salariés supplémentaires au cours de la période 1962 - 1965. Comme les professions commerciales sont un élément important du secteur tertiaire, on peut raisonnablement prévoir qu'elles continueront à employer de plus en plus d'effectifs.

b) Les établissements d'après le nombre du personnel salarié

Le tableau ci-dessous donne la répartition des établissements commerciaux selon le personnel employé salarié par établissement⁽¹⁾.

Les annexes n°41 et 42 donnent les mêmes renseignements avec une répartition plus détaillée entre 15 secteurs professionnels.

(1) Source : INSEE - 1958. Seuls ont été repris les établissements ayant fait une déclaration pour l'année 1958. Aucune indication n'a été retenue pour 6 535 établissements, c'est-à-dire pour moins de un pour cent de l'ensemble.

	Nombre de salariés par établissement				
	0	1 - 5	6 - 10	11 - 20	+ 20
Commerces agricoles et alimentaires(1)	289 754	194 836	8 537	3 397	2 306
Commerces multiples et non alimentaires(2)	195 206	129 203	13 729	6 975	5 251
Total	484 960	324 039	22 266	10 372	7 557

Ce tableau met en évidence que 57 % des établissements commerciaux n'emploient aucun salarié, que 38 % emploient de un à cinq salariés et que les établissements occupant plus de cinq salariés ne constituent qu'à peine cinq pour cent du total. Quarante-trois pour cent du total des établissements emploient donc la totalité du personnel salarié et le nombre moyen des salariés dans chacun des 364 000 établissements employeurs est d'environ 3,5.

Cette densité moyenne est encore faible, mais des études comparées effectuées par l'INSEE en 1954 et 1958 laissent entrevoir une tendance à la concentration de plus en plus marquée.

Evolution de 1954 à 1958 de la répartition en pourcentage (3)

	0 salarié	1 - 5	6 - 10	+ 10
1954	61,6	31,3	2,1	1,6
1958	60,3	33,9	2,4	2

(1) Rubriques considérées : 41, 69, 782.4, 783 - 784, 722.1

(2) Rubriques considérées : 70, 722 (moins 722.1), 73, 74, 75, 76, 782.5, 79, 80, 918

(3) Source : INSEE. Les établissements industriels et commerciaux en France en 1958

c) La population active dans le commerce

En dehors des salariés, pour connaître la population active totale employée dans le commerce, il faut considérer en outre les patrons et les aides familiaux. Dans ce domaine les renseignements les plus récents remontent au recensement de mai 1954.

Population active du commerce en 1954⁽¹⁾

	Salariés	Non salariés	Total
Commerces agricoles	27 760	34 120	61 880
Commerces alimentaires	426 400	505 500	931 900
Commerces multiples	56 440	6 940	63 380
Commerces non alimentaires	521 540	373 040	894 580
Total du commerce	1 032 140	919 600	1 951 740

Il convient de noter que l'INSEE ne pas retenu, dans ce tableau, la définition adoptée couramment dans cette étude. Les boulangeries, les pâtisseries, les commerces annexés à un débit de boissons et les commerces auxiliaires de la santé en sont exclus.

Le tableau montre essentiellement que les non salariés sont à peine moins nombreux que les salariés et que leur nombre est particulièrement important dans les commerces alimentaires.

La population active totale en 1954 étant de 19 359 000 personnes, la part dans celle-ci du commerce proprement dit était alors de 10 % environ.

(1) Ce tableau a été établi par l'INSEE à partir des résultats du sondage au 1/20 effectué d'après le recensement de la population en 1954. Il est **extrait du volume "Population active - Structure professionnelle"**. Imprimerie Nationale 1958.

III. CHIFFRES D'AFFAIRES

Le chiffre d'affaires global du commerce en France est mal connu ainsi que sa répartition entre les différentes formes de commerce. En effet, aucune obligation n'est faite aux commerçants d'indiquer le montant de leur chiffre d'affaires, sauf à l'occasion des déclarations fiscales.

Ces déclarations faites annuellement à l'Administration des contributions directes sont difficilement utilisables, car elles sont publiées avec retard et d'autre part elles sont faussées par le régime du forfait applicable à un grand nombre de commerçants et par la fraude fiscale.

L'annexe n° 44 donne une répartition des entreprises d'après les secteurs et les chiffres d'affaires réalisés. Les chiffres fournis englobent l'ensemble du commerce de gros et de détail et concernent l'année 1958 pour les entreprises soumises au bénéfice réel et l'année 1957 pour celles qui sont imposées au forfait, ce dernier régime étant révisé seulement tous les deux ans.

Le chiffre d'affaires global ainsi obtenu atteint 143,6 milliards de N.F. D'autres chiffres ont été proposés notamment à partir d'études sur la consommation privée.

Le Centre de Recherches et de Documentation sur la consommation (CREDOC) part de la valeur totale des achats des particuliers évaluée à 143 milliards de N.F. pour 1958. Après avoir retranché les dépenses qui ne sont pas commerciales au sens strict (frais d'hospitalisation, transports et communications, enseignement, spectacles et les services divers), il retient un montant de 118,5 milliards de N.F. constituant le chiffre d'affaires du commerce de détail proprement dit en 1958⁽¹⁾.

(1) Revue Consommation 1960 n° 1 et annexes n°s 45 et 46

Il importe de préciser qu'il ne s'agit là que d'une estimation partielle puisque tout d'abord elle ne s'applique qu'au commerce de détail, et qu'ensuite elle concerne uniquement les ventes effectuées aux ménages sans tenir compte des ventes effectuées par le commerce de détail aux utilisateurs professionnels (usines, artisans, etc.). Compte tenu de son caractère limité, cette estimation est certainement plus proche de la réalité que les statistiques du Ministère des finances.

Pour l'année 1959, le Conseil économique et social a évalué le chiffre d'affaires du commerce de détail à 130 milliards de N.F. et ce chiffre a été admis par la Direction des Affaires Commerciales⁽¹⁾. Il peut être rapproché du montant de la consommation privée pour la même année qui s'élève à 170,3 milliards de N.F.⁽²⁾.

En ce qui concerne le commerce de gros, le chiffre d'affaires pour l'année 1959 a été évalué par l'AFRESCO à 70 milliards de N.F.⁽³⁾.

IV. LE MOUVEMENT D'INTEGRATION

L'intégration qui a déjà atteint un niveau assez élevé dans le commerce français continue à se développer aussi bien dans les commerces intégrés proprement dits (grands magasins, prix uniques, entreprises à succursales, coopératives de consommation) que dans les semi-intégrés (chaînes volontaires et groupements d'achat).

- (1) M. GULDNER - Conférence du 28 février 1961
- (2) Office Statistique des Communautés Européennes - Bulletin 1960 N° 12
- (3) AFRESCO : Quelques chiffres sur le commerce intérieur français.

Le nombre d'établissements était le suivant à la fin de 1960 :

Grands magasins	207(1)
Magasins populaires	470(1)
Grands multiples (bazars et galeries)	874(1)
Grand succursalisme (plus de 4 succursales)	38 200(2)
Petit succursalisme (4 succursales et plus)	43 440
Coopératives de consommation	9 500(3)
Centres distributeurs	80
Supermarchés	73(4)

Le chiffre d'affaires de l'ensemble des commerces intégrés peut être évalué à 13 milliards de nouveaux francs, soit environ 10 % du chiffre d'affaires total du commerce français.

Le succursalisme qui est la forme la plus répandue du commerce intégré continue de se développer, surtout en ce qui concerne les petites entreprises. Bien que certaines sociétés aient, à la suite d'accords entre elles, décidé la fermeture de magasins qui se faisaient concurrence, le nombre total des succursales a augmenté de 11 268 pendant les années 1956 à 1959 et il représente actuellement environ 4,5 % du nombre global d'établissements commerciaux. Le chiffre d'affaires des établissements à succursales se serait élevé en 1959 à 4,7 milliards de N.F. (5)

Les coopératives ont accru le nombre de leurs points de vente de 288 en 1960. Quatre vingt dix magasins sont exploités en libre service et le chiffre d'affaires global du mouvement a atteint 2,7 milliards de N.F. en 1960 (3).

- (1) Chiffres fournis par la Direction du Commerce Intérieur
- (2) Dont 6 150 dans le secteur non alimentaire
- (3) Déclaration du Président DEGOND au Congrès de 1961
- (4) Bulletin de La Société Générale coopérative, novembre 1961, Situation au 31.10.61
- (5) Source professionnelle citée par "Entreprises" 10.9.60
- (6) Déc

Il y a en France plusieurs centaines de groupements d'achat. Une étude syndicale en dénombrait 244 en 1960, régulièrement constitués. Parmi ceux-ci, 189 possédaient 22 423 adhérents et 152 (avec 17 666 adhérents) réalisaient un chiffre d'affaires de 675 millions de N.F. Quatre groupements d'achat alimentaires avec 7 800 adhérents et sept groupements non alimentaires avec 5 553 adhérents s'étendent sur l'ensemble du pays⁽¹⁾.

Les chaînes volontaires sont également actives. D'après une enquête du journal "La France alimentaire" on en comptait 13 principales en 1961, groupant 441 grossistes, 46 000 détaillants et réalisant un chiffre d'affaires d'environ 1 milliard 730 millions de N.F. avec leurs adhérents. Dans les branches non alimentaires, trois sociétés exerçant leur activité sur le plan national rassemblent 51 grossistes et 15 900 détaillants.

On estime qu'actuellement 30 % des détaillants indépendants en alimentation appartiennent à des chaînes ou à des groupements d'achat et ce chiffre est en progression constante⁽¹⁾.

(1) Source : Direction du Commerce Intérieur

B. PROBLEMES DU COMMERCE FRANCAIS

Périodiquement, les problèmes de la distribution, et tout particulièrement ceux de sa "réforme", retiennent en France l'attention des gouvernements, de la presse, des professionnels et des consommateurs.

Au cours des dernières années, le gouvernement, sous l'impulsion du secrétariat d'Etat au commerce intérieur, est intervenu activement en vue d'encourager la transformation et la modernisation de l'appareil commercial français, de maintenir ou de renouer une libre concurrence permettant la coexistence des différentes formes de la distribution, d'assurer enfin une relative stabilité des prix.

De leur côté, les organismes professionnels n'ont pas manqué de rappeler, chiffres à l'appui, que des modifications profondes dans la structure et les méthodes commerciales s'effectuent, de façon lente mais continue, depuis une dizaine d'années et que c'est surtout l'accélération et l'amplification de ces mouvements qui seront aptes à permettre l'adaptation de l'appareil commercial français aux besoins des consommateurs et aux progrès des techniques. Ils insistent en outre pour que lois et règlements assurent à toutes les formes de commerce une véritable égalité des devoirs et des chances.

Au milieu de l'année 1961, les principaux problèmes qui affectent les professions commerciales touchent à la transformation des structures et à la modernisation des entreprises, à la réglementation des prix et de la concurrence et à la réforme de la fiscalité indirecte. Un paragraphe évoquera enfin la position du commerce français devant le Marché Commun.

I. LA TRANSFORMATION DES STRUCTURES COMMERCIALES

Bien que la transformation des structures commerciales et la modernisation des entreprises soient en cours depuis plusieurs années, elles peuvent et doivent, de l'avis de tous, être activées et parfois réorientées. A cet effet, diverses actions sont prévues ou préconisées. Les unes ont pour objet direct et immédiat les transformations structurelles (distribution de crédits à moyen terme, équipement commercial des nouveaux centres d'habitation, commercialisation des produits agricoles). Les autres tendent à y parvenir par des mesures à effet plus différé (formation professionnelle, amélioration de la recherche commerciale). Les problèmes réels des commerces ruraux n'ont pas encore fait l'objet, semble-t-il, d'études systématiques.

a) Le financement des investissements

Le problème des investissements commerciaux s'est posé en France à une époque relativement récente en raison d'une part de la multiplication des moyens matériels techniques mis au service des entreprises de gros et de détail et d'autre part des règles restrictives, qui ont longtemps régi l'octroi de crédits aux entreprises.

Au cours des dernières années, grâce notamment à l'action du gouvernement qui a dégagé en faveur des professions commerciales des crédits d'origine budgétaire de plus en plus importants⁽¹⁾, et à la constitution de sociétés de caution mutuelle dans les diverses branches commerciales, un certain volume de crédits a pu être mis à la disposition des commerçants pour financer leurs installations fixes, certains mobiliers et leur moyens de transport. Les vicissitudes monétaires ont empêché que le volume des crédits accordés atteigne le montant des besoins et, pendant quelque temps, elles avaient même entraîné leur suppression à peu près complète de l'activité des sociétés de caution mutuelle.

(1) Voir annexe n° 47

Les projets de la Commission spécialisée du Plan insisteraient⁽¹⁾ tout particulièrement sur l'importance du problème des équipements commerciaux dont les montants annuels prévus passeraient de 1,72 milliards de N.F. à 2,65 à l'expiration de la période couverte par le quatrième plan.

Selon des indications données par le Directeur des affaires commerciales au Secrétariat d'Etat au Commerce intérieur⁽²⁾, les moyens financiers effectivement accordés aux commerçants seraient passés de moins de 300 millions de N.F. en 1959 à plus de 450 en 1960.

"Si l'on admet que les investissements sont financés à raison de 40 % au moins par les intéressés eux-mêmes, il faut en conclure⁽³⁾ que les investissements réalisés dans le commerce en France sont passés de 483 millions de N.F. en 1959 à 753 millions de N.F. en 1960, ce qui représente une augmentation de 55 % d'une année à l'autre."

L'effort financier a donc été considérable, mais on ne saurait cependant affirmer qu'il suffit dès maintenant à supprimer le "problème" des investissements commerciaux en France. Les besoins sont encore immenses, la plupart des crédits sont d'un coût élevé et les commerçants ne sont pas toujours suffisamment guidés ou informés pour résoudre au mieux leurs problèmes en la matière.

Parmi les initiatives les plus récente prises par le Gouvernement pour améliorer cette situation, il faut mentionner tout d'abord le rétablissement au début de 1961 des prêts dits "de productivité", à taux d'intérêts réduits pour les entreprises qui veulent investir pour mettre en oeuvre des méthodes commerciales modernes et faire bénéficier les consommateurs de l'accroissement de productivité qui s'ensuivra.

(1) Au moment de la rédaction de cette étude, ils ne sont pas encore définitivement mis au point

(2) Conférence en date du 28.2.1961. Unité : millions de N.F.

(3) Voir annexe n° 47

Ensuite les entreprises commerciales peuvent désormais bénéficier des primes et prêts de conversion et de décentralisation qui jusqu'en avril 1960 étaient exclusivement réservés aux entreprises industrielles. En troisième lieu, et c'est ce qui aura peut-être le plus de conséquences pratiques, les sociétés de développement régional destinées à assurer le financement des actions d'économie régionale ont depuis le 27 février 1961 la possibilité de s'intéresser aux entreprises commerciales.

Sur le plan professionnel, une initiative intéressante peut être la création d'une société d'études pour l'équipement et le financement des commerces de gros, constituée avec le concours d'organismes bancaires et qui se propose, en un premier temps, de recenser les besoins d'investissements des commerces de gros, et de les confronter avec les possibilités actuelles de crédits; ~~plus tard~~, éventuellement, elle pourra mettre sur pied de nouvelles formes de crédit plus particulièrement adaptées au commerce de gros.

b) L'équipement commercial des nouveaux centres d'habitation

Le problème de l'urbanisme commercial en France est surtout posé par la création continue de nouveaux grands ensembles immobiliers, tout particulièrement dans la région parisienne, mais également en province.

Jusqu'alors les équipements commerciaux de ces ensembles n'ont pas été conçus et réalisés de façon rationnelle. D'une part, les promoteurs de ces constructions ont, presque toujours, pensé uniquement aux logements sans trop se préoccuper des équipements sociaux ou annexes complémentaires. D'autre part, il faut le préciser, dans la mesure où ils réalisaient ces annexes, les constructeurs ne bénéficient d'aucun système particulier pour leur financement; bien plus même ils subissent certaines pénalités, puisque les surfaces réservées aux besoins commerciaux (magasins et même logement des commerçants) sont déduites de l'ensemble des surfaces bâties pour le calcul des primes et des prêts à la construction.

Une circulaire administrative de septembre 1961 tend à apporter des éléments de solution à ce problème en imposant aux lotisseurs et constructeurs l'obligation de prévoir l'équipement commercial des ensembles immobiliers à réaliser dans les zones faisant l'objet d'un plan d'urbanisme. En outre elle annonce la création d'une Commission interministérielle pour l'étude des problèmes généraux posés par la construction et l'implantation des ~~centres~~ centres commerciaux. Toutefois, le problème du financement des centres commerciaux n'est pas encore résolu et c'est probablement ce qui freinera la réalisation des quelque 500 centres commerciaux dont la France devrait, suivant les estimations professionnelles, être dotée dans les cinq années à venir.

c) La commercialisation des produits agricoles

En vue de créer les conditions d'une infrastructure commerciale plus moderne, le gouvernement s'attache depuis plusieurs années à rénover les systèmes de commercialisation des viandes et des fruits et légumes, produits pour lesquels les systèmes traditionnels sont particulièrement vétustes et onéreux.

L'une des causes des prix élevés de la viande provient sans doute des mauvaises conditions d'abattage des animaux; la dissémination des abattoirs individuels est un obstacle à l'existence d'un marché du bétail et de la viande permettant une rencontre claire de l'offre et de la demande; de plus, le transport sur pied du bétail est souvent plus onéreux que celui de la viande. C'est pourquoi des crédits budgétaires ont été inscrits pour favoriser l'équipement du pays en abattoirs collectifs modernes, avec le concours des collectivités locales.

C'est également

C'est également le souci d'assurer de meilleures confrontations entre l'offre des producteurs et la demande des commerçants qui incite les autorités administratives et les professionnels à rénover le système de commercialisation des fruits et légumes. En particulier, les marchés actuels sont pour la plupart devenus trop petits; ils imposent aux produits des transports et des manutentions souvent inutiles et, d'autre part, ils gênent considérablement la circulation urbaine. Pour porter remède à ces inconvénients, une ordonnance du 25 août 1958 a prévu la création d'un réseau de marchés d'intérêt national, ainsi dénommés en raison de leur importance et de l'influence qu'ils exerceront sur les cours à l'échelon national. Un communiqué gouvernemental a annoncé en juillet 1961 que 26 marchés de ce genre étaient actuellement retenus et pourraient, de ce fait, faire appel aux crédits publics qui leur sont destinés. Un délai de trois années serait nécessaire et suffisant pour la réalisation des projets adoptés.

Par ailleurs, une Commission spécialisée du Commissariat Général au Plan proposerait d'autres mesures destinées à améliorer les échanges d'informations sur les récoltes et les marchés, à promouvoir la normalisation des produits et à mettre au point des techniques propres à favoriser les ventes de masses lorsque les circonstances climatiques les imposent.

d) La recherche commerciale

Le commerce est un des secteurs où les informations d'ordre économique sont les plus rares et les moins précises. Or, leur connaissance est indispensable pour établir, tant sur le plan collectif que sur celui des entreprises, des politiques d'ensemble et des programmes d'action.

Un certain nombre d'organismes travaillent actuellement à leur collecte, mais en ordre dispersé. L'administration, les Chambres de Commerce, l'Association française pour la recherche et les études statistiques dans le commerce (AFRESCO), le Centre de recherche et de documentation sur la consommation (CREDOC), des instituts universitaires,

collectent des renseignements statistiques ou réalisent des études, mais le manque de coordination rend difficile leur réalisation et de nombreux domaines restent inexplorés. Il en est ainsi notamment pour tout ce qui touche aux études sur la rentabilité et la productivité comparées des différents circuits.

Il serait souhaitable que se développent les actions destinées à coordonner et à amplifier la recherche commerciale; le gouvernement s'en préoccupe, mais il doit vaincre tout d'abord l'indifférence de nombreux milieux administratifs ou professionnels. Sur le plan des entreprises, les échanges de renseignements et d'expériences devraient également se multiplier, au sein notamment des divers groupements dont le caractère commercial n'est pas incompatible avec celui de la recherche économique.

e) La formation et le perfectionnement professionnel

Chacun s'accorde à reconnaître que l'enseignement commercial dispensé actuellement en France tend surtout à former des cadres administratifs et non de futurs commerçants. Ce n'est pas tant le nombre d'écoles qui est en jeu que la nature même des programmes qui y sont enseignés.

Une commission chargée par le ministre d'étudier ce problème dénoncera facilement sans doute les imperfections de l'état de choses existant. Il sera plus délicat de proposer et de mettre en place un système nouveau.

A cet égard une tentative intéressante et positive est en cours sous le triple patronage de l'administration, des organisations professionnelles et des chambres de commerce, et la responsabilité directe du Centre d'Etudes et du SICOD. Des sessions prolongées d'études et de travaux pratiques forment actuellement un certain nombre "d'assistants techniques" qui sont ensuite mis à la disposition de tous intéressés (groupements d'entreprises, etc.) pour conseiller les commerçants dans le domaine de la vulgarisation des techniques nouvelles et de leur adaptation aux entreprises individuelles.

En ce qui concerne l'enseignement commercial proprement dit, des crédits ont été ouverts dans le budget de 1961 pour aider à la création d'écoles spécialisées de commerçants - détaillants, dont six doivent être réalisées avant 1965, l'Etat prenant à sa charge la moitié des dépenses. Une pour le textile a déjà été ouverte à Colmar et il y en aura une pour la quincaillerie à Lyon et une pour l'alimentation à Rouen.

Pour le perfectionnement des commerçants des journées ou sessions d'information sur les techniques modernes de la distribution sont organisées par le SICOD et le Centre d'études du commerce, organismes subventionnés en partie par des fonds budgétaires qui assurent également la diffusion de notes et brochures de vulgarisation destinées surtout aux petites et moyennes entreprises.

f) Les commerces ruraux

Les très nombreuses communes rurales françaises sont la plupart du temps caractérisées par l'existence de petits noyaux d'artisans et de commerçants qui leur confèrent, presque seuls, très souvent, la justification d'une existence administrative propre. Mais l'évolution économique, technique et démographique générale rend de plus en plus aléatoire et précaire l'existence de ces centres ruraux.

Souvent encore, les commerçants ruraux restent relativement nombreux, mais la rentabilité de leurs magasins diminue sans cesse, surtout lorsqu'ils se trouvent dans des régions en déclin démographique et économique.

Dans l'établissement des plans régionaux, les préoccupations concernant les commerces ruraux apparaissent de plus en plus. On cherche à favoriser la disparition des commerçants sédentaires en excédent; des recommandations sont faites pour leur reclassement dans les nouvelles cités, les nouveaux quartiers, les nouveaux ensembles immobiliers.

Le développement des ventes par camions magasins est souhaité, mais on recommande également aux commerçants sédentaires, qui le pourraient, d'accroître le nombre de leurs rayons et des produits vendus pour donner plus de surface et de rentabilité à leurs entreprises, ainsi que de créer ou d'étendre leurs tournées pour desservir les habitations isolées.

Sur le plan des techniques commerciales proprement dites, il serait probablement facile d'assurer l'approvisionnement en biens de consommation courante des agriculteurs et des artisans ruraux, grâce à un développement des ventes par camions magasins itinérants; mais la généralisation de ces méthodes et la disparition des magasins fixes risqueraient de transformer radicalement la physionomie des communes rurales en vidant leurs chef-lieux de la plus grande partie de leur substance économique propre. Dans bien des cas, l'autonomie administrative elle-même des communes n'y survivrait pas. Ainsi posé le problème dépasse de beaucoup une simple question de technique commerciale, et ceci d'autant plus que la gestion d'un commerce d'appoint à une activité principale ~~autre~~ facilite aussi la fixation d'une fraction de la population active agricole.

II. LA RÉGLEMENTATION DES PRIX ET DE LA CONCURRENCE

Les problèmes de réglementation des prix et de la concurrence ont fait l'objet, en France, de controverses sans cesse renaissantes entre l'administration et les professionnels, depuis de nombreuses années. Les divergences, portent d'ailleurs moins sur les principes de base, liberté des prix et liberté de la concurrence, que sur leurs modalités d'application.

a) La réglementation des prix

Il ne semble plus, dans ce domaine, que les problèmes qui se posent en 1961 aux professions commerciales, touchent à la réglementation proprement dite des prix et des marges. Sans doute, les pouvoirs publics ont-ils toujours, en vertu d'une ordonnance de 1945, la possibilité d'intervenir pour fixer des plafonds aux uns et aux autres, mais le climat de relative stabilité qui dure depuis près de trois ans a enlevé provisoirement tout au moins la priorité à ce problème, en permettant aux commerçants de bénéficier d'un régime d'assez grande liberté dans la plupart des secteurs.

Le problème qui suscite certaines frictions entre l'administration et les professionnels est celui des prix imposés. Ceux-ci sont en principe interdits, mais des dérogations temporaires peuvent être accordées par les autorités administratives, lorsque les entreprises satisfont aux critères établis par l'administration.

De nombreux professionnels contestent l'utilité économique du principe même de l'interdiction des prix imposés. De plus les récentes décisions administratives semblent accorder les dérogations de façon beaucoup plus restrictive que précédemment, notamment pour les produits dits de luxe (parfums...).

L'accord entre administration et professionnels n'est donc pas réalisé dans ce domaine et il l'est d'autant moins que ce domaine est intimement conditionné par la réglementation en vigueur sur la liberté de la concurrence et l'interdiction du refus de vente.

b) La réglementation de la concurrence

L'action indirecte sur les prix par la réglementation de la concurrence est certainement l'une des préoccupations essentielles de l'administration française du commerce intérieur. Celle-ci estime en effet que toutes les formes du commerce, y compris celles qui pratiquent usuellement des marges inférieures aux marges traditionnellement ou couramment appliquées, doivent pouvoir s'approvisionner sans restrictions et aux mêmes conditions de prix pour les mêmes services rendus.

Une importante circulaire en date du 31 mars 1960 a fixé l'interprétation du Gouvernement pour l'application du décret du 24 juin 1958 réglementant en particulier les relations entre fournisseurs et clients. Cette circulaire dénonce le caractère abusif et délictueux de certains refus de vente fondés notamment sur l'existence de marques ou de contrats d'exclusivité et qui, en fait, toucheraient à peu près uniquement les maisons vendant à marges réduites.

Les milieux professionnels ont vivement protesté contre l'interprétation gouvernementale et ils ont remis au Gouvernement les conclusions d'un groupe d'experts spécialement constitué pour étudier le fond du problème. Mais après plusieurs décisions parfois contradictoires des tribunaux, la Cours de Cassation a rendu deux arrêts confirmant la validité du décret de 1958 et de la circulaire interprétative.

Depuis lors un important protocole d'accord concernant la commercialisation des articles photo-cinéma substandards a été préparé par un groupe de travail comprenant des représentants des industriels, des commerçants et de l'administration, adopté le 12 juin 1961 et approuvé le 30 juin par le Secrétaire d'Etat au Commerce intérieur. Ce texte tend à harmoniser les pratiques commerciales de la profession avec les dispositions législatives et réglementaires relatives au maintien de la libre concurrence et sa valeur d'exemple pourrait servir à trouver enfin une solution à des problèmes qui conditionnent les méthodes d'exploitation de l'ensemble des professions commerciales en France.

Le problème du refus de vente, s'il est actuellement un des plus importants, n'est pas le seul. C'est ainsi qu'il a dû intervenir à nouveau, par un décret du 6 août 1961, pour limiter beaucoup plus strictement les ventes avec primes et les ventes jumelées; c'est ainsi également qu'il a dû ~~interdire~~ réexpressément la pratique des ventes sans commande préalable.

D'autres dispositions enfin en sont encore au stade des études ou des projets. Les unes tendent à réglementer plus sévèrement les ventes au déballage, les fausses liquidations ou les soldes trompeurs. D'autres s'attaquent au problème de la propriété commerciale elle-même, considéré par la plupart des commerçants comme une des éléments fondamentaux de leur patrimoine. Il serait envisagé, au moins dans une première étape de supprimer ou de limiter cette propriété pour les immeubles neufs construits dans les grands ensembles immobiliers. Un des buts poursuivis serait, entre autres, de permettre aux commerçants indépendants l'accès des nouveaux centres commerciaux sans avoir à avancer des "pas de portes" parfois considérables.

III - LA REFORME DES TAXES SUR LE CHIFFRE D'AFFAIRES

Le système actuel des trois taxes (taxe à la valeur ajoutée, taxe sur les prestations de services et taxe locale) pèse sur les prix et fausse la concurrence car un même produit paie des taxes différentes selon le circuit commercial utilisé. Ce régime complique en outre la comptabilité des petits commerçants (1 600 000 sont redevables de la taxe locale) et il favorise la fraude.

Une modification des textes législatifs en vigueur est donc souhaitée par presque tout le monde et au mois d'octobre 1959 l'Assemblée nationale invitait déjà le Gouvernement à déposer un projet portant réforme de ces taxes. Un premier texte fut rejeté en juillet 1960. Au début de l'année suivante le Gouvernement avait déposé un projet repoussé le 5 juillet 1961.

Un autre est actuellement préparé : il remplacerait les trois taxes existantes par une taxe à la valeur ajoutée à un taux majoré. Le nombre des assujettis diminuerait, les détaillants étant exclus du champ d'application du nouvel impôt dont la perception s'arrêterait au stade de gros. Par ailleurs, il importerait de fournir aux collectivités locales des ressources équivalentes au montant de la taxe locale ainsi supprimée.

Des craintes se sont fait jour au sujet des répercussions possibles sur le niveau des prix. En effet, le projet actuel prévoit une réfaction de 20 % pour tenir compte de la marge de détail; une augmentation de la fiscalité au stade de la distribution pourrait donc être constatée toutes les fois que cette marge de détail est supérieure à 20 %.

D'autres projets de modifications des taxes existantes ont été élaborés par des Chambres de Commerce, le Conseil National du Commerce et certains parlementaires, et on ne peut encore prévoir ce que sera la décision de l'Assemblée.

IV. LES PROFESSIONS COMMERCIALES FRANÇAISES ET LE MARCHÉ COMMUN

Les commerçants n'oublient pas que la création progressive du Marché Commun pourra affecter la marche de leurs professions et de leurs entreprises.

Sur le plan des liaisons professionnelles, les organisations françaises ont multiplié les contacts avec les organisations similaires des 5 autres pays, et ont pris part à la création de confédérations internationales dont l'une d'elles a vocation pour représenter l'ensemble des commerçants des six pays, et dont certaines autres sont spécialisées par secteurs.

Les nécessités du programme d'intégration prévu par le Traité de Rome ont fait que les deux problèmes directement relatifs à l'établissement du Marché Commun qui ont préoccupé le plus les commerçants non seulement français, mais également des autres pays de la Communauté, ont été ceux de la politique agricole communautaire et de la libération du droit d'établissement.

C'est sur le plan international des six pays que les organisations professionnelles étudient le projet de politique agricole commune. Les professions commerciales françaises, favorables au principe de libération du droit d'établissement craignent qu'à défaut d'une harmonisation des législations actuellement en vigueur dans les six pays, les commerçants français ne se trouvent handicapés par le fait que le régime français est le plus libéral.

Mais on ne peut pas affirmer que les commerçants français aient encore pris complètement conscience des situations nouvelles qu'entraînera la création du Marché Commun.

I T A L I EA. STRUCTURES COMMERCIALES

La structure du commerce italien reflète indirectement la situation particulière dans laquelle se trouve l'économie italienne, qui n'a pas encore atteint le niveau de développement auquel sont parvenues les économies des autres pays de la C.E.E. Elle est caractérisée par un nombre très élevé de magasins de détail (avec notamment beaucoup de commerces non sédentaires), et un nombre relativement faible de grossistes (en moyenne un grossiste pour 10 détaillants, d'après le nombre des licences).

I. NOMBRE DE LICENCES ET NOMBRE D'ETABLISSEMENTSa) Nombre de licences

D'après l'Institut National de la Statistique, la situation était la suivante au 31.12.59 (1) :

	<u>Nombre de licences</u>	<u>Répartition</u>
A. Commerce de gros	67 048	26 463 alimentaires 34 841 non alimentaires 5 744 mixtes
B. Commerce de détail	871 611 sédentaires (2)	357 066 alimentaires 373 469 non alimentaires 141 076 mixtes

- (1) Source : Annuario Statistico del Commercio Interno 1959. Pour les détails de l'évolution voir annexe n°49. Pour des chiffres plus récents n°49bis.
- (2) Y compris les pharmacies et les débits de tabac : le nombre des pharmacies est de 11 153 et celui des débits de tabac 52 616; dans les statistiques sur les licences ils ne figurent pas dans le "commerce proprement dit."

Il faut préciser que les chiffres mentionnés ci-dessus concernent le nombre des "licences d'exercice"; or, il peut se produire d'une part qu'une licence de gros régisse plusieurs établissements et d'autre part qu'un établissement de détail possède plus d'une licence. Il s'agit là d'un phénomène important qu'il est nécessaire de signaler pour éviter des confusions possibles surtout dans le domaine des comparaisons internationales. Le nombre d'établissements de détail est donc inférieur à celui du nombre de licences ; d'après la Confédération générale du commerce italien, on peut évaluer la différence à environ 10 %. Pour le commerce de gros la différence est au contraire de 20 % en plus.

C. Commerces de gros et de détail associés :

<u>Nombre de licences</u>	<u>Répartition</u>
36 027	10 401 alimentaires
	19 047 non alimentaires
	6 579 mixtes

b) Nombre d'établissements

Le recensement de 1951 dénombrait en Italie à cette date (les commerces de gros et de détail associés étant classés parmi les commerces de gros) : (1)

	<u>Nombre d'établ.</u>	<u>Répartition</u>
A. Commerce de gros	75 960	40 162 alimentaires et mixtes 35 798 non alimentaires
B. Commerce de détail	501 860 sédentaires	316 304 alimentaires et mixtes 185 556 non alimentaires
	168 784 non sédentaires.	

Selon des estimations professionnelles (2), la situation au 31.12.59 était la suivante (3) : .../...

(1) "Annuario statistico del commercio interno" 1959

(2) Source : Etude de la Confédération Générale Italienne du Commerce

(3) Pour le détail de l'évolution entre 1951 et 1959 voir annexe n° 48 et 48 bis.

A. Commerce de gros	80 164
B. Commerce de détail sédentaire	731 119
Commerce de détail non sédentaire	226 698 (1)

c) Evolution structurelle globale

L'examen de l'évolution structurelle permet de relever que, contrairement à ce qui est constaté dans les autres pays de la C.E.E., le nombre de commerces de détail sédentaires n'a cessé d'augmenter en Italie.

En effet, soit que l'on considère le nombre des licences (dont le relevé systématique n'a commencé qu'en 1955) qui est passé en cinq ans de 690 051 à 807 842 (2) pour les commerces proprement dits, à l'exclusion des débits de tabac et des pharmacies, soit que l'on considère le nombre d'établissements tels qu'il a été calculé par la Confédération Générale Italienne du Commerce sur la base du recensement de 1951, qui est passé de 501 860 en 1951 à 731 119 en 1959, on observe une très nette augmentation. En moyenne, cet accroissement a été de 3,5 % environ par an pour les licences, et de 5 % pour les établissements. Cette différence de pourcentage d'accroissement est due vraisemblablement au fait que le rythme d'installation de nouveaux commerces a été plus rapide de 1951 à 1955 que de 1956 à 1959. Cette évolution semble s'être cependant récemment arrêtée et même inversée pour les commerces non sédentaires.

En ce qui les concerne on a constaté pour la première fois en 1959 une stabilité dans le nombre de licences (307 375 contre 307 256 en 1958), et dans celui des établissements (226 698 contre 226 579 en 1958). A leur égard, il faut toutefois signaler que le nombre de licences délivrées avait, dès avant 1959, marqué un rythme d'accroissement sensiblement plus lent que pour les commerces sédentaires (1 % contre 3 %). On peut en déduire que le commerce non sédentaire a pratiquement atteint en Italie son point

(1) En ce qui concerne les non sédentaires on constate que le nombre des licences dépasse de beaucoup le nombre de commerces effectivement existants, tel qu'il est évalué par la Confédération Générale Italienne du Commerce. La raison se trouve dans le fait que la licence pour le commerce ambulante est territoriale, et qu'il est par conséquent possible qu'un commerçant ambulante ait plusieurs licences, une pour chaque zone où il peut exercer son activité.

(2) Voir annexe n° 49.

de saturation et que vraisemblablement on assistera dans les prochaines années à une **diminution** progressive en nombre. D'ailleurs, cette évolution paraît déjà entamée pour les commerces non alimentaires (140 127 licences en 1959, contre 142 368 en 1956 et 140 944 en 1958).

Un phénomène apparemment analogue de relative décroissance a même été observé dans le commerce de gros, en 1959, où on a constaté une diminution d'environ cinq mille unités tant pour les licences que pour les établissements. Une analyse plus approfondie des statistiques des licences montre en outre que cette diminution frappe uniquement les commerces alimentaires et mixtes. A première vue, il semblerait s'agir là de la disparition effective de nombreuses entreprises de gros dans le courant d'une seule année. L'explication de ce phénomène réside plutôt dans le fait que depuis un décret-loi du 25 mars 1959 le commerce de gros de fruits et légumes, des viandes et des poissons n'est plus soumis à licence, ce qui a entraîné la disparition "statistique" de 8 087 d'entre elles. Si l'on ajoutait ces dernières aux licences existantes en 1959, on constaterait qu'en réalité il y aurait augmentation, et non diminution. Les estimations de l'organisation professionnelle relatives au nombre d'établissements ne paraissent pas avoir tenu compte de ce phénomène.

Dans son ensemble la structure du commerce italien est toujours en évolution. Si l'on excepte les non sédentaires dont le développement trouve désormais un obstacle dans l'accroissement du niveau de vie et la résorption du chômage, les commerces italiens, aussi bien au stade du détail qu'au stade de gros, continuent à augmenter en nombre. Cette tendance est particulièrement nette dans l'Italie du Sud et dans certaines grandes villes, comme Rome et Milan.

d) Importance des commerces alimentaires

Enfin, l'on constate qu'en Italie existent 656 961 licences pour le commerce alimentaire⁽¹⁾ (sans compter les débits de boissons, qui sont au nombre de 91 545), et 556 331 pour le commerce non alimentaire (sans compter les débits de tabac et les pharmacies). Ces chiffres donnent une idée de l'importance du commerce alimentaire en Italie : c'est un signe révélateur d'une économie de la distribution encore relativement peu évoluée. Une autre caractéristique de l'appareil commercial italien réside dans l'absence d'une tendance marquée vers la concentration dans les commerces alimentaires, tendance qu'on observe dans les pays à économie plus avancée (U.S.A., Allemagne, Grande-Bretagne, France).

(1) On considère comme alimentaires les licences dites "mixtes" avec prépondérance de produits alimentaires. Au chiffre mentionné, il conviendrait d'ajouter quelque "8 000" licences fictives, correspondant à celles qui ne sont plus délivrées pour certains commerces alimentaires.

II. EMPLOIa) Répartition entre les secteurs professionnels

En ce qui concerne les effectifs employés dans le commerce, les dernières données officielles disponibles sont celles du recensement de 1951. A cette date la situation était la suivante ⁽¹⁾ :

	Entrepreneurs et gérants	Auxiliaires familiaux	Salariés	Total
Commerce de gros ²⁾	80 549	35 860	127 979	244 388
Commerce de détail ²⁾	492 123	305 187	160 307	957 617
Commerce ambulant	168 784	41 938	3 136	213 858
Total	741 456	382 985	291 422	1 415 863

D'après une étude de la Confédération Générale Italienne du Commerce, la situation avait évolué, au 31.12.57, comme suit (il s'agit d'estimations) :

	Entrepreneurs et gérants	Auxiliaires familiaux	Salariés	Total
Commerce de gros ⁽²⁾	88 930	39 591	206 381	334 902
Commerce de détail ²⁾	665 235	412 541	258 503	1 336 279
Commerce ambulant	220 804	54 863	5 014	280 681
Total	974 969	506 995	469 898	1 951 862

Enfin, une enquête par sondage de l'ISTAT du 20.10.59 reprise par l'étude professionnelle citée plus haut, fait état de la situation suivante :

Commerce de gros :	360 276 pers. occup.,	soit augmentation de 47,5 %	par rapp./1951
Commerce de détail :	1 465 539	" " " " "	de 53% par rapp. à 1951
Commerce ambulant :	288 838	" " " " "	de 35 % par rapp. à 1951

(1) Source : III Censimento Industriale e Commerciale. Volume X.V. Commercio ISTAT 1952.

(2) La statistique ne précise pas dans quelle catégorie ont été rangés les commerces de gros et de détail associés.

Cette dernière statistique ne reprend pas la division suivant les catégories de personnes occupées.

Les données de 1951 et de 1957 permettent de dégager un autre trait caractéristique du commerce italien : il s'agit, dans une très grande proportion, au stade du détail tout au moins, de commerces à exploitation uniquement familiale.

En outre, le nombre total de personnes travaillant dans le commerce était à la fin de 1959 de 2 114 653⁽¹⁾ ce qui représentait environ 10,7 % de la population occupée en Italie à cette date. L'agriculture représentait alors 32,1 %, l'industrie 37,6 % et les services 19,6 %. En 1951, les pourcentages étaient de 8,2 % pour le commerce, de 43,1 % pour l'agriculture, de 30,3 % pour l'industrie et de 18,4 % pour les services.

Le commerce constitue par conséquent dans le secteur tertiaire un pôle d'attraction relativement important pour la main-d'oeuvre en provenance de l'agriculture.

b) Répartition suivant l'importance des entreprises

Le recensement de 1951 donne des chiffres relatifs à la concentration des entreprises mesurée d'après l'importance des effectifs (2). Il en ressort que l'entreprise à gestion uniquement familiale constituait alors la grande majorité des commerces de gros.

Les tableaux suivants mettent bien en évidence ces phénomènes :

1. Commerces de gros (3)

	Etablissements		Pers. occupées		%
Etabl. avec jusqu'à 2 empl.	49 751	66,3 %	68 378		29,1
Etabl. de 3 à 5 employés	16 957	22,6 %	61 581		26,2
Etabl. de 6 à 10 employés	5 479	7,3 %	40 340		17
Etabl. de 11 à 50 employés	2 680	3,6 %	48 817		20,7
Etabl. de 51 à 100 employés	157	0,2 %	10 309		4,4
Etabl. avec plus de 101 empl.	42	0,06 %	5 991		2,6
Total	75 067	100 %	235 416		100

(1) voir annexe 48 bis.

(2) Les statistiques officielles ne permettent pas d'obtenir la même répartition en classes d'importance en se basant sur le seul nombre de salariés; en effet, parmi les personnes occupées on compte aussi les auxiliaires familiaux et les patrons. Les salariés effectifs sont 127 979 dans le commerce de gros, ce qui correspond à 54,36 % du total des personnes occupées dans ce secteur.

(3) On ne tient pas compte dans ce tableau de 893 établissements administratifs, qui emploient 8 972 personnes.

On ne connaît malheureusement pas le chiffre d'affaires des différentes entreprises; cependant le tableau ci-dessus permet de dégager le faible degré de concentration dans le commerce de gros italien où en 1951 près de 89 % des établissements employaient moins de 6 personnes chacun, et où les entreprises plus importantes n'employaient que moins de 30 % des effectifs globaux.

Ce phénomène était encore plus évident si l'on ne considère que le secteur des produits agricoles et alimentaires :

	Etablissements	%	Personnes occupées	%
Etabl.avec jusqu'à 2 empl.	27 954	70,09	38 157	33,53
Etabl.de 3 à 5 empl.	8 406	21,06	30 232	26,55
Etabl.de 6 à 10 empl.	2 354	5,89	17 161	15,07
Etabl. de 11 à 50 empl.	1 099	2,78	20 516	18,03
Etabl. de 51 à 100 empl.	72	0,19	4 761	4,18
Etabl. avec plus de 100 empl.	23	0,05	3 000	2,64
Total	39 908	100	113 827	100

Dans ce secteur, 91 % des établissements employaient moins de 6 personnes.

Depuis 1951, la situation a légèrement évolué. Le nombre d'établissements a augmenté dans une mesure limitée, mais l'augmentation du nombre de salariés (73 000) a été assez importante; il est probable qu'un certain nombre d'établissements de gros ont modifié leur structure, en engageant beaucoup de personnel, et en s'inspirant des méthodes suivies par le commerce de gros européen; ils ne sont toutefois encore qu'une minorité.

II - 54

2. Commerce de détail

	Etablissements	%	Personnes occupées	%
Etabl. avec jusqu'à 2 empl.	425 446	84,8	637 186	66,6
Etabl. avec de 3 à 5 empl.	66 154	13,2	228 252	23,8
Etabl. avec de 5 à 10 empl.	7 215	1,4	50 864	5,3
Etabl. avec de 11 à 50 empl.	1 537	0,3	26 973	2,8
Etabl. avec de 51 à 100 empl.	91	0,02	6 104	0,6
Etabl. avec plus de 100 empl...	20	0,004	3 934	0,4
Total	501 472 ⁽¹⁾	100	959 313	100

Le phénomène décelé dans le commerce de gros était en 1951 encore plus net dans le commerce de détail où la concentration des entreprises était extrêmement faible, surtout si l'on songe que 16,7 % seulement des personnes occupées étaient des salariés. En tout cas, même en tenant compte du fait que dans le nombre des personnes occupées figurent aussi les gérants et les auxiliaires familiaux, on remarque que 85 % environ des entreprises emploient moins de deux personnes, et que d'autre part 1,75 % seulement des entreprises en emploient plus de six.

Le commerce de détail en Italie était donc encore tout à fait axé en 1951 sur les entreprises à exploitation familiale qui réalisent environ 98 % du total des ventes au détail. Même si on ne possède pas d'éléments pour évaluer l'évolution qui s'est produite à partir de 1951, on peut affirmer que dans son ensemble la situation n'a pas subi de changements notables. Cependant l'augmentation du nombre de salariés, et le développement des commerces intégrés sont des signes d'une évolution en cours, modifiant peu à peu cette situation.

(1) On ne tient pas compte dans ce tableau de 388 établissements administratifs qui emploient 4 304 personnes.

III. CHIFFRE D'AFFAIRES

On ne possède pas de renseignements officiels sur le chiffre d'affaires du commerce en Italie.

D'après une étude de la Confédération Générale italienne du commerce, on évalue la valeur des ventes effectuées par le canal du commerce à quelque 7 000 milliards de lires environ pour 1959. Ce chiffre est calculé à partir du montant des dépenses de la consommation privée, qui a été dans la même année, de 11 355 milliards de lires, et en tenant compte du fait que seulement une partie des biens et des services compris dans ce chiffre parviennent au consommateur par l'intermédiaire des commerçants. Mais dans l'étude elle-même on souligne qu'il ne s'agit que d'une très large estimation et qui ne concerne d'ailleurs que le commerce de détail.

La part du secteur intégré dans ce chiffre peut être estimée à environ 5 %.

Pour pouvoir apprécier avec plus d'exactitude la place que le secteur de la distribution occupe dans l'économie italienne, on peut signaler que le produit net du commerce, tel qu'il est calculé par l'Institut National de Statistique, a été en 1960 de 1 628 milliards de lires, ce qui équivaut à environ 13 % du produit net du secteur privé en Italie (11,6 % en 1955). Il faut remarquer que dans ce pourcentage est compris le revenu des hôtels, débits de boissons et cafés. La part du commerce dans le produit national brut au coût des facteurs a été de 9,2 % en 1960 (8,3 % en 1955).⁽¹⁾

IV. LE MOUVEMENT D'INTEGRATION

L'intégration dans le commerce n'a pas atteint en Italie le niveau auquel elle est parvenue dans la plupart des autres pays de la CEE.

(1.) Voir tableau annexe n° 26 c

a) En ce qui concerne les commerces intégrés proprement dits, la situation au 31 décembre 1959 était la suivante⁽¹⁾ :

162 magasins à prix uniques

79 grands magasins

40 supermarchés⁽²⁾

4 517 magasins des coopératives de consommation.

Par rapport aux années précédentes, l'augmentation était alors particulièrement nette en ce qui concerne les supermarchés. Il faut toutefois faire observer à propos de ces derniers que la définition de la licence de supermarché ne coïncide pas avec la définition internationale qui exige, outre le libre service et une prépondérance de produits alimentaires dans l'assortiment, au moins 400 m² de surface de vente. Or, la moitié environ des magasins ayant la licence supermarché n'atteint pas 400 m² de surface de vente.

Les commerces à succursales, enfin, sont relativement peu nombreux, mais aucune statistique ne les dénombre. Il faut toutefois souligner que la presque totalité des magasins à prix uniques et de supermarchés et quelques grands magasins appartiennent ou sont contrôlés par des entreprises à succursales (La Rinascente-UPIM, Standa, Supermarket Italiana, C.I.M., etc.).

b) Le développement des commerces appelés communément commerces semi-intégrés (chaînes volontaires, coopératives d'achat de grossistes et de détaillants) est en Italie à ses premiers pas.

Il existe trois chaînes volontaires qui ont été créées sous l'impulsion et avec l'assistance de trois chaînes internationales déjà bien établies depuis longtemps dans le commerce alimentaire européen : Végé, Spar et Vivo. D'autres chaînes internationales, comme le Fachring et la A.e.O., ont entamé des pourparlers pour la création de nouvelles chaînes. En outre, un certain nombre de groupements d'achat de grossistes évoluent vers cette forme de collaboration.

(1) Source : Annuario Statistico del Commercio Interno 1960

(2) D'après les déclarations du Ministre de l'Industrie et du Commerce au Parlement italien, avaient été délivrées au 31.3.1961, 128 licences pour supermarchés, dont 100 étaient déjà en exercice : mais seulement une quarantaine correspondent aux caractéristiques prescrites par la définition internationale du supermarché.

La raison du faible développement des chaînes volontaires en Italie réside surtout dans le fait que le commerce de gros n'a pas dans ce pays l'importance qu'il a dans les autres pays de la CEE, surtout dans le secteur alimentaire. En effet, une grande partie des produits alimentaires de production nationale est vendue directement du fabricant au détaillant et parfois au consommateur, par l'intermédiaire de puissants réseaux de vente qui remplissent la fonction de gros. Les grossistes jouent leur rôle dans la distribution des produits des petites et moyennes industries, ne disposant pas de réseaux de vente étendues, et dans les régions faiblement peuplées ou à bas niveau de vie, où les fabricants n'estiment pas rentable d'établir une agence.

Les groupements d'achat sont également fort peu nombreux en raison notamment de l'individualisme caractéristique des italiens. Des essais de constitution de groupements d'achat ont sans doute été maintes fois tentés, mais sur environ deux cent expériences lancées, moins de cent subsistent encore, et quelques dizaines seulement ont donné naissance à des groupements vraiment effectifs. Toutefois, de nouvelles initiatives se manifestent continuellement dans ce domaine, et si aujourd'hui encore les échecs sont plus nombreux que les succès, il n'est pas exclu que dans un avenir plus ou moins proche la concurrence accrue des supermarchés et des commerces intégrés en général ne conduise enfin les commerçants italiens à recourir effectivement et durablement au bénéfice des formules d'association.

B. PROBLEMES DU COMMERCE ITALIEN

Les activités commerciales se développent actuellement en Italie d'une manière généralement favorable, suivant la conjoncture économique qui connaît une expansion rapide surtout depuis 1959.

Néanmoins, l'appareil commercial est encore vétuste et de ce fait les professions commerciales sont toujours confrontées avec d'assez nombreux problèmes, non seulement relatifs à des transformations structurelles amorcées ou souhaitées, mais aussi concernant la propriété commerciale, la réglementation de la concurrence, la fiscalité et les questions sociales.

1. Les transformations structurelles

Les problèmes qu'on peut considérer comme d'ordre structurel sont ceux relatifs à la législation sur l'accès au commerce, au développement des techniques, à la formation professionnelle, aux crédits d'équipement, et au coût de la distribution des produits alimentaires.

a) L'accès au commerce

Le grand problème structurel du commerce italien est sans aucun doute celui qui résulte d'un excès de points de vente par rapport aux besoins d'une population, dont le pouvoir d'achat est de loin le plus faible des six pays de la CEE. Le rapport nombre d'établissements de détail/population (un commerce pour 52 habitants environ), indique un degré de concentration assez faible, mais ce qui met surtout le commerce italien dans une position particulièrement défavorable, c'est la faiblesse relative du pouvoir d'achat du consommateur italien.

Si l'on calcule le revenu moyen à la disposition du personnel occupé dans chaque établissement commercial, en divisant le produit net du commerce (1 427 millions de lires en 1959)⁽¹⁾ par le nombre des établissements (1 230 000 environ, en y comprenant les hôtels, cafés et restaurants), on obtient comme résultat environ 1 160 000 lires par an (soit 1 850 dollars), impôts directs compris; la somme moyenne à la disposition de chaque commerçant est inférieure à ce chiffre, puisque ce dernier tient compte aussi du revenu de la main-d'oeuvre employée dans l'établissement⁽²⁾.

D'après la Confédération Générale Italienne du commerce et du tourisme (Confcommercio) organisation unitaire des commerçants italiens, il n'y a qu'une solution à ce problème : le blocage des licences.

(1) Voir annexe n° 26 c

(2) Si l'on fait le même rapport avec le nombre des effectifs (2 627 000 en 1959), on a un revenu moyen pro-capita d'environ 543 000 lires par an.

La législation italienne sur l'accès au commerce est en effet axée sur un système de licences, délivrées par le maire pour les magasins ordinaires et les grands magasins, et par le préfet (sur avis conforme de la Chambre de Commerce), pour les supermarchés et les magasins à prix uniques. La loi fixe des limites objectives très vagues à l'octroi des licences. Bien que la législation soit interprétée dans un sens assez restrictif, bon nombre de demandes de nouvelles licences étant rejetées, le nombre des licences accordées est cependant toujours supérieur à celui des fermetures, ce qui aggrave continuellement la situation des commerçants déjà en place.

Le problème est rendu encore plus aigu par l'intervention des grandes entreprises de distribution. Ces dernières, jusqu'alors fort peu développées, ont connu récemment un essor spectaculaire, spécialement en ce qui concerne les supermarchés (128 licences délivrées au 31 mai 1961, dont 100 déjà exploitées).

Ce développement a entraîné une forte réaction des commerçants détaillants (spécialement en alimentation), qui s'estiment lésés par la prolifération de ces nouveaux établissements, dont la concurrence est parfois insoutenable par les petits magasins traditionnels, parmi lesquels les faillites sont nombreuses.

Leurs milieux professionnels considèrent comme particulièrement indispensable et urgent d'arrêter le développement des grandes entreprises de distribution et tout spécialement des supermarchés.

Une proposition de loi d'initiative parlementaire vient d'être présentée en ce sens : elle tend à limiter le développement des grandes entreprises de distribution au détail par deux moyens : distance minima entre deux établissements de ce genre⁽¹⁾, et rapport-limite entre leur nombre et le nombre des habitants de la commune, à l'instar de ce qui existe déjà pour des raisons sanitaires pour les débits de boisson.

(1) D'après la proposition de loi, est considéré comme grande entreprise de distribution tout établissement de vente au détail dont l'assortiment comprend une gamme d'articles appartenant à différents secteurs ou bien plusieurs rayons de vente, et dont la surface de vente n'est pas inférieure à 200 m².

L'attitude des grandes entreprises de distribution, groupées dans une Fédération (A.I.G.I.D.) depuis la fin de 1960, est diamétralement opposée à celle des organisations des détaillants indépendants; elles réclament la liberté de concurrence totale, et elles estiment que la législation actuelle déjà trop restrictive, entrave la modernisation de l'appareil distributif italien, que seules les grandes entreprises peuvent réaliser.

Entre ces deux thèses opposées le Gouvernement essaie de mener une politique d'équilibre.

D'après le ministre de l'industrie et du commerce "ce n'est pas avec des interdictions et des restrictions qu'on pourra surmonter les difficultés actuelles, mais en aidant, par différents moyens, les activités commerciales" et il a cité à ce propos des mesures d'ordre fiscal, social et financier. Faisant allusion au problème des supermarchés, le ministre, tout en affirmant qu'on ne peut pas mettre en crise l'appareil commercial italien par une concession indiscriminée de licences pour l'ouverture de tels magasins, a souligné qu'il faut tenir compte aussi des intérêts des consommateurs, car les supermarchés ayant des coûts d'exploitation relativement réduits, pratiquent des prix moyens plus bas que ceux des magasins traditionnels. "Le secteur commercial italien ne peut pas baser sa ligne de défense uniquement sur l'interdiction des supermarchés... Notre politique entend favoriser une évolution graduelle de l'appareil de distribution, basée sur la modernisation et sur la collaboration, qui permet de réaliser l'union des forces individuelles".

Le problème de l'accès au commerce reste posé et l'on peut même craindre que la réalisation du programme de suppression des restrictions au droit d'établissement dans le cadre de la CEE l'aggraverà, si des commerçants en provenance des pays partenaires viennent en nombre solliciter des licences. De nouvelles solutions seront sans doute alors nécessaires et peut-être procéderont-elles alors d'une coordination ou d'une harmonisation des législations des six Etats membres.

b) Le développement des techniques du commerce

Ce problème, particulièrement aigu en Italie, est directement lié à celui de l'accès au commerce. En effet, la diffusion des nouvelles techniques du commerce est surtout assurée, en Italie, par les grandes entreprises de distribution. Malgré les efforts du Centre technique du commerce pour la productivité, fondé en 1952 sous l'initiative de la "Confcommercio" et dont l'activité se manifeste surtout en faveur des petits et moyens commerces indépendants, les résultats obtenus sont encore très modestes, surtout si l'on considère le nombre élevé de commerçants.

Pour donner une mesure de cette situation, il suffit de relever que le nombre de magasins en libre service est insignifiant et que sur les 300 magasins ainsi exploités à la fin de 1960, plus de la moitié sont des supermarchés, des magasins à prix uniques et des coopératives.

De même, la collaboration économique entre commerçants (achats collectifs, gestion commune de certains services, etc.) est encore à l'état embryonnaire, bien que de nombreuses initiatives aient été et soient toujours prises en ce sens par les organisations professionnelles, surtout sur le plan local. Mais l'individualisme atavique des italiens fait en sorte qu'à la longue la plupart de ces initiatives échouent.

La diffusion de la distribution automatique se heurte, elle, en plus, à des difficultés d'ordre légal et elle est par conséquent encore très limitée soit en nombre, soit en variété de produits vendus (presque uniquement des cigarettes et de la confiserie).

Le préemballage gagne du terrain, mais la vente en vrac est encore extrêmement fréquente.

La vente sur catalogue prend de plus en plus d'extension. Déjà des sociétés à succursales comme la Standa, Motta et Alomagud ainsi que des petites sociétés de l'Italie du Sud (commerces de vin ou d'alimentation notamment) pratiquent cette vente. Des grandes marques viennent d'éditer en commun un catalogue de printemps appelé "Selemarket" qui comprend 1 500 articles et qui a été diffusé dans 7 000 communes. La Rinascente Upim (le plus important groupe commercial italien qui gère des grands magasins et des prix uniques) procède également à l'élaboration d'un tel catalogue de vente.

Enfin, il n'existe pas, en Italie, de véritables centres commerciaux, bien qu'il y ait un projet assez avancé dans la province de Trente.

La Confédération du commerce et le Centre technique, sont, malgré les innombrables difficultés, déterminés à continuer leurs efforts visant à la modernisation de l'appareil distributif italien. L'Etat a commencé, lui aussi, à entreprendre des efforts en ce sens, notamment sur le plan du crédit. Parmi ses dernières initiatives il faut aussi mentionner la concession par la "Cassa del Mezzogiorno", organisme d'état qui finance le développement économique du Sud de l'Italie, de 30 bourses pour l'étude des techniques modernes de la distribution. A la fin d'un cours de sept mois, le 31 mai 1962, ceux qui l'auront suivi avec succès auront le titre de "technicien de la distribution" et ils pourront jouer un rôle analogue à celui des "assistants techniques de la distribution" en France et en Allemagne. Mais l'expérience intéresse seulement la partie du territoire italien couverte par la "Cassa del mezzogiorno", c'est-à-dire l'Italie du Sud et les Iles.

c) La formation professionnelle

Le problème de la formation professionnelle est intimement lié à celui de l'accès au commerce et au développement des techniques.

Une solution du premier problème pourrait être trouvée en se basant sur le critère de la formation professionnelle, comme aux Pays-Bas par exemple. Le problème de la modernisation se trouverait plus facilement résolu, si la formation professionnelle des commerçants était plus développée.

Actuellement, on ne peut citer, sur le plan national, que l'activité de l'E.N.A.L.C. (~~Ente Nazionale Addestramento~~ Lavoratori del Commercio = Office National pour la Formation des Travailleurs du Commerce),

organisme de caractère public, chargé particulièrement de la formation des travailleurs du commerce, qui organise en collaboration avec la Confédération Générale italienne du commerce des cours du soir pour les détaillants dans presque toutes les provinces italiennes. Toutefois, cette initiative est loin d'être à la mesure des besoins et elle ne constitue qu'un modeste palliatif. Dans quelques provinces, les associations professionnelles organisent elles-mêmes des écoles pour les jeunes qui veulent travailler dans le commerce; à Milan, notamment, est en création un "Polytechnique du commerce". Mais il ne s'agit là que d'initiatives locales, répondant à des besoins locaux. En réalité, il n'existe pas encore en Italie de véritable enseignement professionnel pour le commerce.

Une conférence pour l'examen de la situation en ce domaine s'est tenue en avril 1960, avec la participation de professionnels, des dirigeants de l'E.N.A.L.C., de hauts fonctionnaires du Ministère de l'Instruction Publique et de professeurs de l'enseignement technique.

A la suite de celle-ci le Ministère de l'Instruction Publique a notamment décidé de créer une Commission d'experts pour l'élaboration d'un certain nombre de monographies de professions commerciales, pour l'introduction de nouvelles matières telles que la technique de vente et pour l'aménagement des programmes des instituts techniques pour le commerce, dont la structure périmée serait prochainement changée.

Il est de toute façon à souligner que ces initiatives visent tout particulièrement la formation des travailleurs du commerce, et non celle des commerçants eux-mêmes. A leur égard, le problème reste posé dans son ensemble.

d) Le crédit au commerce

Parmi les facteurs qui ont freiné le développement des nouvelles techniques de la distribution en Italie, l'absence de facilités de crédit à moyen terme et à des taux modérés, a certainement joué un rôle non négligeable. Pendant longtemps, les commerçants ont dû recourir uniquement aux sources normales de crédit à court terme, à des conditions très onéreuses.

La seule autre possibilité était jusqu'à ces derniers temps constituée par les prêts de productivité, dont les conditions d'obtention sont extrêmement rigoureuses. En cinq ans, de 1954 à 1959 quelque 300 commerçants seulement ont pu en bénéficier, pour un montant total n'atteignant pas un milliard et demi de lires.

Depuis septembre 1960, une loi autorise les instituts bancaires habilités à concéder des crédits à moyen terme, à étendre leur activité aux professions commerciales qui en étaient jusqu'alors exclues.

Peuvent bénéficier de cette mesure, les petites et moyennes entreprises commerciales (1) pour la réalisation d'un programme de modernisation de leurs entreprises.

Le taux d'intérêt a été fixé à 5 % pour l'Italie du Centre et du Nord, et à 3 % pour le Sud. La durée maxima des prêts sera de sept ans dans le Nord et de dix ans dans le Sud. Chaque opération qui devra être exclusivement consacrée à des investissements en équipements "fixes" et non à l'achat de marchandises, ne pourra dépasser 70 % de la dépense totale prévue, avec un maximum de 50 millions de lires.

La loi prévoit également une contribution annuelle de l'Etat pour le paiement des intérêts (300 millions de lires pendant 10 ans). Les milieux professionnels ont accueilli avec faveur cette loi, mais ils ne la considèrent que comme une première étape. Ils font observer que le

(1) Hôtels, restaurants et débits de boissons compris.

volume global des investissements que la nouvelle loi pourra promouvoir se situera entre 12 et 15 milliards de lires, ce qui d'après eux est tout à fait insuffisant. En effet, chaque entreprise utilisant un crédit moyen de 5 millions de lires, 2 000 à 3 000 commerçants au maximum pourraient jouir chaque année de cette facilité. C'est un nombre négligeable par rapport aux besoins. Les revendications des professionnels du commerce portent sur deux points : augmentation de la contribution de l'Etat, afin de pouvoir dégager des fonds beaucoup plus importants, et inclusion de la reconstitution des stocks parmi les investissements qui peuvent donner lieu aux crédits.

e) Le coût de la distribution des produits alimentaires

Le problème du coût de la distribution constitue en Italie, comme dans les autres pays de la CEE, la pierre d'achoppement de l'efficacité du circuit commercial. Il se pose avec une gravité particulière dans le secteur agricole et alimentaire.

Les consommateurs attribuent la différence existant entre les prix de gros et de détail aux marges commerciales qu'ils estiment trop élevées. Les commerçants en rejettent la responsabilité sur la fiscalité et la parafiscalité indirectes qui frappent à plusieurs reprises les différents produits tout le long du circuit.

Le gouvernement estime enfin que ce phénomène est dû au manque de rationalisation des canaux de distribution.

Le Conseil de l'Economie et du Travail (C.N.E.L.) a effectué en 1961 une enquête sur le coût de la distribution des produits agricoles et alimentaires. Ses résultats détaillés n'ont pas encore été publiés, mais les premières conclusions font apparaître que la différence entre les prix à la production et ceux à la consommation est effectivement sensible. On a notamment remarqué que la différence entre les prix à la production et les prix de gros était inférieure à celle entre les prix de gros et ceux de détail.

Le gouvernement s'était déjà penché sur ce problème, et pour y porter remède il avait déposé un projet prévoyant la libéralisation des marchés de gros de la viande, des fruits et légumes et des poissons,

alors fortement réglementés et dans lesquels, sous l'égide des municipalités, était pratiquement en vigueur la règle du "numerus clausus".

Mais le projet initial fût amendé par le parlement, à la suite de l'intervention des représentants des collectivités locales, qui tirent de la gestion des marchés de gros de ces produits des revenus importants, de telle sorte que la loi votée en 1959 n'a pas permis d'obtenir de résultats appréciables en ce qui concerne la réduction du coût de la distribution.

En effet, tandis que le projet original prévoyait que les marchés existants devraient être soustraits à la gestion des municipalités, le texte approuvé s'il consacre la libéralisation du commerce de gros des produits considérés, a seulement institué des "commissions" chargées de veiller au bon fonctionnement des services du marché qui restent gérés par les municipalités.

Ces deux mesures ne se sont pas révélées assez efficaces, car les anciennes méthodes paraissent subsister, et cela malgré la présence de nouveaux opérateurs sur les marchés d'un côté, et le contrôle des "commissions" de l'autre.

2. La propriété commerciale

Ce problème est sans aucun doute celui qui préoccupe le plus, avec celui des licences, les commerçants italiens. Le blocage des loyers, en vigueur en Italie depuis plus de vingt ans, et qui devait se terminer en 1960, a été prorogé pour quatre ans, mais un certain nombre d'établissements commerciaux en ont été exclus (ceux qui emploient plus de 5 salariés). Pour ces derniers la prorogation s'achève le 30 juin 1962. Après cette date la liberté complète en matière de baux permettra aux propriétaires d'augmenter à leur gré les loyers, et en cas de désaccord des commerçants de les expulser. Pour pallier les inconvénients d'une telle solution, les professionnels réclament, depuis plusieurs années, la reconnaissance d'un certain nombre de droits sur leur fonds, "l'avviamento commerciale" qui correspond à peu près à la notion française de "propriété commerciale".

Les commerçants désireraient en particulier qu'on leur reconnaisse le droit à une indemnité lorsqu'ils doivent abandonner les locaux où ils exercent leur activité; cette indemnité devrait être égale à la plus-value conférée par eux aux locaux occupés. Les propriétaires soutiennent qu'en cette matière c'est la liberté contractuelle qui doit être de rigueur.

Le gouvernement, après avoir gardé une stricte neutralité, estimerait opportun, en vue de la cessation du régime de blocage, de promouvoir un compromis entre les deux thèses en présence, et un comité interministériel a été chargé d'élaborer un projet de loi dans ce sens.

Au moment de la rédaction de cette étude aucune décision n'avait encore été prise, mais l'on semblait s'orienter vers une reconnaissance de "l'avviamento commerciale", avec établissement d'une limite maxima du montant de l'indemnité due au commerçant locataire expulsé. Un compromis entre les différentes parties en présence porterait cette limite maxima à 30 mois du loyer que l'immeuble peut supporter dans les conditions d'un marché libre. Il appartiendrait au tribunal de déterminer le montant de ce loyer.

3. La réglementation de la concurrence

A ce titre deux problèmes principaux peuvent être évoqués, l'un concerne les formes de vente (le paracommercialisme) et l'autre les méthodes de vente (les ventes avec primes).

a) Le paracommercialisme

La concurrence des organismes para et extra-commerciaux est vivement dénoncée par les commerçants italiens; leurs représentants souhaitent avant tout une réglementation plus sévère de l'activité de ces organismes : coopératives, magasins E.C.C. (1), cercles syndicaux et religieux, cantines et magasins d'organismes publics et privés, et dans tous les cas un respect absolu des textes légaux et réglementaires.

Une circulaire ministérielle de 1959, qui réaffirmait le principe suivant lequel la distribution de produits était consentie aux organismes non commerciaux uniquement à certaines conditions (notamment un caractère

(1) Ce sont les magasins de l'Ente Comunale di Consumo, gérés sous le contrôle des municipalités et qui jouissent de nombreux privilèges notamment fiscaux. Ils sont obligatoires dans les communes de plus de 200 000 habitants, mais ils existent dans toutes les communes de quelque importance.

de bienfaisance,) a permis de freiner un peu les abus existant en ce secteur, sans toutefois les éliminer.

Quant à la concurrence des magasins E.C.C. et des coopératives, les autorités administratives ne jugent pas opportun de suivre les revendications des professionnels sur ce point, car ils estiment que cette concurrence se propose des fins d'utilité publique.

b) Les ventes avec primes

Les ventes avec primes, considérées comme un moyen de concurrence déloyale, nuisant à la fois au consommateur et au commerçant, car elles empêchent à l'acheteur de bien apprécier les facteurs prix et qualité, sont dénoncées par beaucoup et leur développement, de fait, ces dernières années a suscité de plus en plus de protestations.

En Italie, ces ventes sont en principe interdites par la loi, mais une disposition de caractère général des services du Ministère des Finances les permettait automatiquement si certaines conditions étaient remplies. C'est ainsi, par exemple, que les primes ne devaient pas dépasser de 12 % la valeur de l'objet vendu. Un arrêté ministériel, en vigueur depuis le 1er juillet 1961 a apporté des modifications substantielles à ce régime : en effet, les ventes avec primes peuvent être interdites pour un nombre important de produits alimentaires de grande consommation, même si les primes sont délivrées selon les règlements en vigueur. C'est peut-être un premier pas vers la solution, plus restrictive, préconisée par la plupart des commerçants et reprise dans une proposition de loi tendant à l'interdiction pure et simple des ventes avec primes.

4. La fiscalité

Les problèmes fiscaux du commerce concernent les taxes sur le chiffre d'affaires, les impôts directs et les finances locales.

a) En Italie les détaillants sont exonérés du paiement de la taxe sur le chiffre d'affaires (I.G.E.). Cette exonération est très récente, car elle est en vigueur seulement depuis le 1er janvier 1960.

Toutefois, elle ne donne pas satisfaction à l'ensemble des professions commerciales qui réclament l'institution d'une taxe unique perçue

à un moment déterminé du circuit économique, avec l'abolition complète de la perception en cascade. Ce régime est déjà en vigueur pour un nombre restreint de produits de consommation courante.

b) En matière d'impôts directs, le seul problème qui préoccupe les milieux professionnels, et surtout les petits détaillants, est constitué par le classement de ceux-ci dans la catégorie C (travailleurs indépendants) au lieu de la catégorie B (association capital-travail) de l'impôt sur le revenu des personnes physiques, en raison de taux d'impôt moins élevés dans la première. Seulement le critère d'admission dans cette catégorie (66 % du revenu de l'entreprise doit être dû au travail du commerçant et de sa famille) est interprété par l'administration fiscale d'une façon restrictive. Les professionnels souhaiteraient de la part de celle-ci une interprétation plus libérale, qui correspond mieux, à leur avis, à l'esprit de la loi.

En matière de finances locales les professionnels souhaiteraient que soient établies des limites précises à la fiscalité et à l'autonomie financière des collectivités et qu'une réforme générale modifie le régime des taxes sur la consommation (imposte di consumo), qui constituent en fait de véritables barrières douanières entre communes (octrois).

Une loi récente (septembre 1960) a apporté de petites modifications au régime existant, mais elle n'a en rien satisfait les revendications des professionnels.

5. Les questions sociales

Les problèmes sociaux sont d'autant plus importants pour les commerçants italiens que leurs revenus sont faibles et les conditions générales de travail médiocres aussi bien pour les employeurs que pour les employés.

Les préoccupations des professionnels se rapportent à deux principaux sujets, les problèmes de prévoyance sociale d'une part, la durée du travail et les heures d'ouverture des magasins d'autre part.

a) La prévoyance sociale

Pour tenter de porter remède, dans une certaine mesure, à la précarité de la situation des commerçants, des garanties leur ont été récemment accordées par la mise en vigueur d'un régime d'assurance-maladie;

l'institution d'une pension de retraite , second objet de leurs revendications, n'a pas encore été réalisée.

- L'assurance maladie

Depuis le 1er décembre 1960 est entrée en vigueur la loi qui crée un régime obligatoire d'assurances maladie pour les commerçants.

Seuls les petits commerçants (1) peuvent jouir de ce régime, mais ces derniers constituent la grande majorité des commerçants italiens.

La contribution de l'Etat est de 1 500 lire par an par commerçant et par personne à sa charge jusqu'à concurrence d'un maximum de 4 milliards de lire; la contribution mensuelle des commerçants se situe entre 1 500 et 3 500 lire par commerçant et par personne à charge, suivant les revenus plus, éventuellement, un complément pour financer les déficits.

On doit signaler en outre que, dès avant le vote de la loi, les organisations professionnelles avaient créé des mutuelles de commerçants se proposant le même objectif. Il existait en 1960 41 mutuelles provinciales, dont la plupart resteront en exercice même après l'entrée en vigueur de la loi, pour améliorer ses prestations.

(1) Sont considérés comme tels ceux qui dirigent personnellement leur entreprise et dont le bénéfice imposable n'excède pas 3 millions de lire par an.

- Les retraites

La Confédération du commerce a en outre toujours préconisé l'institution d'un régime de pension de retraite pour les petits commerçants, à l'instar de celui déjà existant pour les artisans et les exploitants agricoles.

Deux propositions de loi d'initiative parlementaire ont été déposées en ce sens. Jusqu'à présent, le Gouvernement n'a pas encore pris position sur ce problème, mais on considère que la création d'un régime de retraite pour les petits commerçants, analogue à celui dont jouissent d'autres travailleurs autonomes, n'est qu'une question de temps.

b) Les heures d'ouverture des magasins

Pendant très longtemps, le problème des jours et des heures d'ouverture des magasins, qui avait pris une certaine ampleur dans d'autres pays de la CEE, était resté en Italie à l'état latent. Il était de plus en plus évoqué au cours de réunions professionnelles, mais aucune prise de position n'avait jamais été enregistrée.

La signature, en mai 1961, d'un nouveau contrat collectif de travail entre les employeurs et les travailleurs du commerce, qui prévoit entre autres la concession à ces derniers d'un après-midi libre pendant la semaine, une fois par mois à partir du 1er octobre 1961 et deux fois par mois à partir du 1er avril 1962, l'a brusquement rendu aigu. A Gênes, l'association locale des commerçants, après consultation de ses membres, a demandé au préfet d'imposer la fermeture de tous les magasins, sauf ceux de l'alimentation mais y compris les grands magasins, le samedi à 14 heures. Cette requête était motivée par les difficultés causées aux commerçants par l'application de la nouvelle clause sociale du contrat collectif de travail et par la revendication d'un après-midi libre pour les commerçants eux-mêmes.

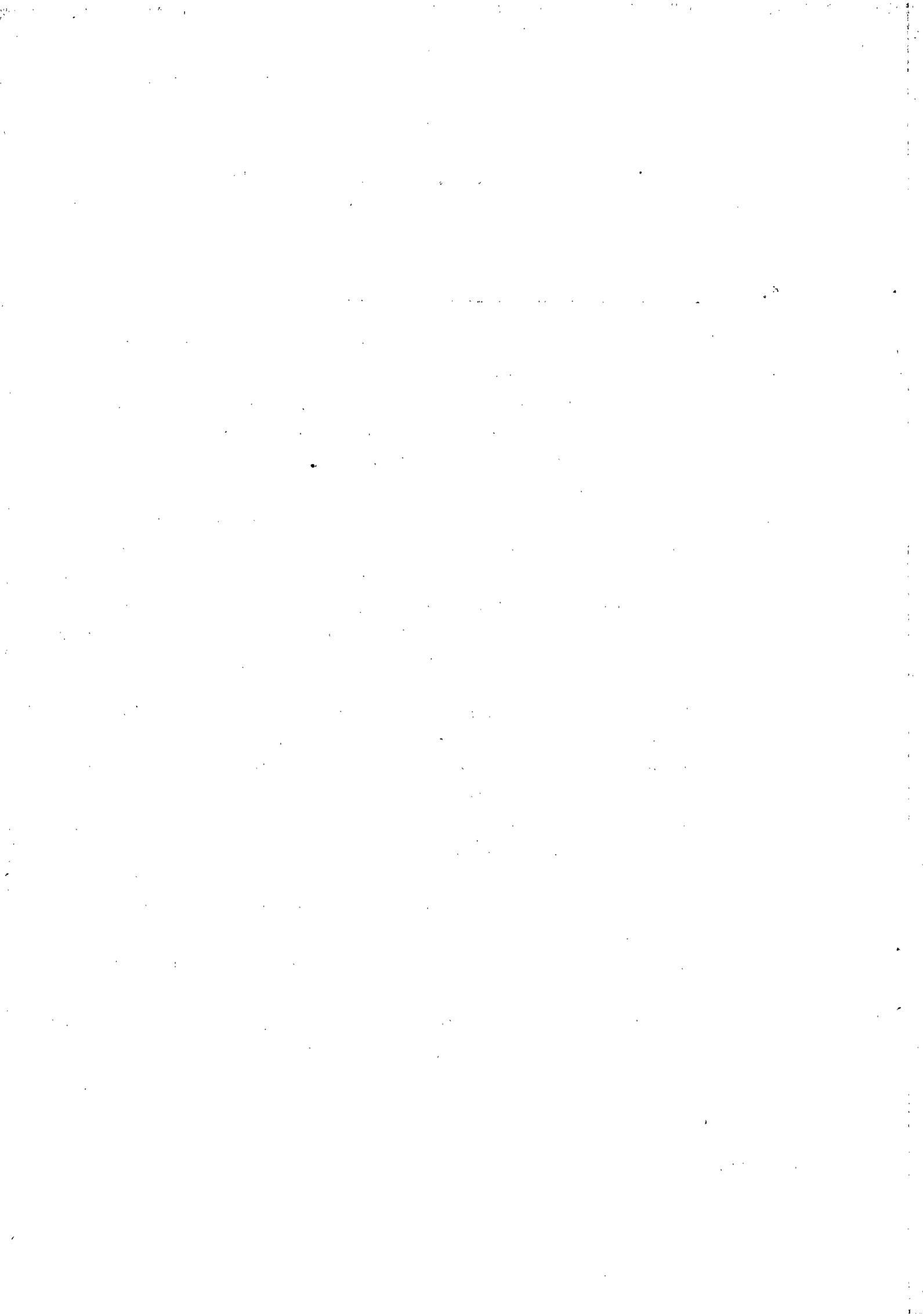
Le préfet de Gênes accéda à la requête, mais sa décision suscita non seulement les réactions défavorables de la population, mais aussi celles des grandes entreprises de distribution locales, et même celle de la Confédération du Commerce, estimant la mesure contraire à l'intérêt des consommateurs et de la plupart des commerçants, qui réalisent le samedi après-midi la partie plus importante de leur chiffre d'affaires.

Le problème reste posé, mais il semble qu'on s'oriente vers une formule donnant satisfaction aux commerçants, par le choix d'un autre jour, par exemple le lundi matin.

6. Le commerce italien face au Marché Commun

Le principal problème du commerce italien étant celui de l'excès de points de vente par rapport au nombre et au pouvoir d'achat des consommateurs, rendu plus aigu encore du fait de la concurrence active des grandes entreprises, il est évident que les commerçants craignent avant tout l'installation en Italie des grandes et moyennes entreprises de distribution des autres pays de la CEE. A ce propos, leurs organismes sont plutôt favorables à une réglementation assez étroite des activités commerciales, sans pour cela demander l'institution d'un statut unique du commerce, sur le plan européen. Elles préconisent l'introduction en Italie d'une réglementation de l'accès et de l'exercice de la profession qui se rapproche des législations existantes en la matière, surtout aux Pays-Bas, notamment en ce qui concerne les conditions d'aptitude technique.

D'autre part, si certains craignent que l'établissement d'une politique agricole commune ne provoque un amoindrissement des possibilités d'action du commerce, il est néanmoins reconnu que l'ouverture du Marché Commun dans son ensemble constitue un élément favorable pour le développement du commerce, soit directement en ce qui concerne les échanges intra-CEE, soit indirectement en ce qui concerne le volume des ventes à l'intérieur de chaque pays, dont l'accroissement est fonction du développement des autres activités économiques. Toutefois, les professions commerciales italiennes souhaitent que les rapports de collaboration continuent à se développer entre les pays de la CEE et les pays tiers, afin d'accroître toujours davantage les échanges internationaux; elles ont vu avec faveur l'annonce de l'ouverture de négociations visant à faire entrer la Grande-Bretagne et d'autres pays de l'A.E.C.E. dans la "Communauté Economique Européenne".



P A Y S - B A SA. STRUCTURES COMMERCIALES

Le commerce, et notamment le commerce international, a toujours joué un rôle important dans la vie économique des Pays-Bas. Bien que celle-ci se soit fortement modifiée après le dernier conflit mondial, par suite du développement de l'industrialisation et de la perte des possessions indonésiennes, les professions commerciales n'ont pas subi de déclin, bien au contraire, puisque d'une part l'industrie néerlandaise, en raison du manque de matières premières indigènes, doit s'appuyer sur l'activité de firmes de commerce international, et que d'autre part d'autres régions tropicales, en Afrique et en Amérique du Sud, ont en grande partie compensé les sources d'approvisionnement perdues ailleurs. En outre, la trame de l'économie nationale continue à être la prestation de services à l'étranger, source de l'expansion du commerce triangulaire ou de transit.

Sur le plan du commerce intérieur, on doit noter que les Pays-Bas sont en quelque sorte le berceau européen des formes de collaboration organisée entre le commerce de gros et le commerce de détail.

Au cours des dernières années, probablement sous l'influence des diverses formes d'association entre commerçants, on a enregistré un mouvement assez sensible vers la concentration. Alors que la population s'accroissait de plus de 10 %, le nombre d'établissements de détail n'enregistrait qu'une augmentation de 3 % et, si en 1952 on recensait 51 habitants par point de vente, ce chiffre s'élevait à 55 en 1960.

I. NOMBRE D'ETABLISSEMENTS

Les chiffres mentionnés ci-après ont comme sources le Bureau Central de Statistiques ("Centraal Bureau voor de Statistiek") pour le commerce de gros et le Bureau Central d'Enregistrement ("Centraal Registratie-Kantoor") pour le commerce de détail. Les premiers remontent au deuxième recensement général des entreprises effectué en 1950; les seconds, basés sur les inscriptions aux "registres" des Chambres de Commerce sont mis à jour chaque année.

a) Commerce de gros

Le recensement de 1950 (cf. annexe 59.) recensait 45 574 "unités techniques" dans le commerce de gros. Un peu plus de 38 000 établissements exerçaient cette fonction à titre principal et près de 7 300 unités techniques s'intégraient dans des établissements où la fonction de gros était accessoire à un autre genre d'activité principale.

D'après la nature des produits vendus, les 45 574 unités techniques se répartissaient comme suit :

- 14 096 pour les produits agricoles
- 13 956 pour les produits alimentaires et les stimulants
- 17 522 pour les autres produits.

Les données du recensement de 1950 ne permettent évidemment pas de connaître l'évolution de ce secteur de la vie commerciale au cours des années plus récentes. Cependant, selon certaines informations émanant des milieux administratifs, il n'y aurait pas eu d'importants changements structurels.

b) Commerce de détail

Au 1^{er} janvier 1961, le commerce de détail comprenait 209 582 établissements dont 190 479 sédentaires et 19 103 non sédentaires.

II - 76

L'évolution depuis une dizaine d'années dénote une tendance à une augmentation continue du nombre des établissements (cf. annexe 51); mais cette augmentation, de l'ordre de 2,5 à 3 % est notablement inférieure à celle de la population qui, pendant le même laps de temps, est passée de 10 300 000 à plus de 11 550 000, soit en accroissement d'environ 11 %. S'il y avait 51 habitants par établissement de détail en 1952, ce chiffre s'élevait à 55 à la fin de l'année 1960.

Il importe en outre de préciser que l'augmentation globale du nombre des établissements est essentiellement le fait des entreprises à succursales. Cette constatation renforce une autre caractéristique de l'évolution récente, à savoir la tendance nettement marquée à l'agrandissement des établissements et des entreprises. Une enquête (cf. annexe n° 52) réalisée dans cinq branches importantes du commerce de détail a ainsi montré qu'entre 1953 et 1959, alors que le nombre des entreprises des secteurs considérés enregistrait une diminution de près de 2000 unités, le nombre de celle qui occupaient des salariés s'accroissait de plus de 5 000.

Sur le plan des divers secteurs, les commerces d'alimentation ont vu leur nombre décroître régulièrement; le tableau annexe n° 53)d montre comment le nombre d'établissements dans les quatorze branches mentionnées est passé de 105 631 en 1950 à 98 578 en 1961. C'est dans le secteur des biens de consommation durables que la multiplication du nombre d'établissements s'est manifestée de la façon la plus sensible; le tableau annexe n° 54 permet d'en donner une idée; il met notamment en évidence l'essor pris par les commerces se rattachant au "groupe technique" et surtout par ceux du groupe "Faites-le-vous-même" qui vendent aux particuliers les fournitures de base; de moins de deux mille en 1950 le nombre de ces derniers s'est élevé à près de sept mille en 1961.

Il faut enfin relever que l'ensemble des commerces non sédentaires aurait subi une régression sensible les faisant passer de 31 000 en 1953 à 25 000 en 1959⁽¹⁾. Mais ce phénomène a affecté de façon différente les deux formes de ce commerce; on a en effet constaté que de 1952 à 1959, le nombre des commerçants ambulants indépendants, c'est-à-dire n'exploitant pas un magasin ou quelque autre établissement fixe avait augmenté de plus d'un millier (12 307 en 1959 contre 11 009 en 1952). La diminution aurait donc frappé les établissements dépendant de magasins sédentaires.

(1) Source : Middenstandsnota 1959, p.5

II. EMPLOI

C'est également le recensement général des entreprises de 1950 qui donne les derniers chiffres officiels pour le nombre de personnes occupées dans le commerce.

Effectifs employés dans les professions commerciales - 1950

	Chefs d'entreprises et gérants(1)	Aides familiaux	Salariés(2)	Total
1. Commerce de gros et intermédiaires	53 851	8 045	126 832	188 728
2. Commerce de détail avec magasins	159 352	59 865	110 652	329 869
3. Commerce de détail sans magasins	46 538	7 604	11 881	66 023
En total (1 + 2 + 3)	259 741	75 514	249 365	584 620

Dans les commerces de gros, le nombre de salariés dépasse sensiblement celui des chefs d'entreprises, mais le nombre moyen de personnes employées par entreprise ne s'élève guère cependant qu'à un peu plus de quatre. Il n'en est pas de même dans les commerces de détail, où le nombre de salariés est de loin inférieur à celui des dirigeants. Cette situation reflète la prépondérance très sensible des entreprises familiales, sans personnel salarié; la moyenne d'emploi n'atteint pas deux par unité de vente.

En considérant, pour la même année 1950, la répartition des effectifs dans les divers établissements⁽³⁾, on trouve une explication du nombre moyen relativement faible de personnes occupées dans les commerces de gros. Plus de 30000 établissements en effet sur les quelque 38 000 dont

- (1) Y compris environ 73 500 chefs d'entreprises c,q. gérants des établissements exerçant le commerce comme exploitation accessoire (nevenbedrijf)
- (2) Y compris les salariés des établissements exerçant le commerce comme exploitation accessoire (nevenbedrijf).
- (3) Voir annexe n°

la fonction de grossiste forme l'activité essentielle occupent moins de 6 personnes, dirigeants compris. Ce sont les sept mille autres établissements qui sont, seuls, véritablement importants; s'ils représentent moins de 20 % du nombre d'établissements, ils rémunèrent plus de 84 % des salariés et leur moyenne d'emploi (salariés et non salariés) s'élève à plus de 16 personnes par établissement.

En ce qui concerne les commerces de détail, les unités de vente sont encore plus petites. Plus du tiers d'entre elles sont exploitées par une seule personne, sans auxiliaire familial et sans salarié; plus de 95 % n'emploient pas plus de 5 personnes, patrons compris.⁽²⁾

Si au cours des dernières années, grâce à une conjoncture favorable, il y a eu une tendance à l'agrandissement se manifestant par une transformation des établissements sans salariés des établissements occupant des salariés, cela ne change pas d'une façon fondamentale le caractère familial de la plupart de ces entreprises.

III. CHIFFRES D'AFFAIRES

Il n'existe pas de statistiques détaillées concernant le commerce aux Pays-Bas.

Pour le commerce de gros, on dispose d'estimations en provenance des milieux officiels. Ceux-ci évaluent le chiffre d'affaires à environ 30 - 35 milliards de florins holl. en 1959 pour l'ensemble du commerce de gros (y compris le commerce international).

Pour le commerce de détail on doit se baser sur les dépenses des consommateurs auprès des commerces de détail, qui négligent donc les ventes à des utilisateurs professionnels. Le tableau suivant⁽¹⁾ montre le développement du chiffre d'affaires durant la période de 1950 - 1958 :

(1) Source : Bureau Central de la Statistique (Comptes Nationaux)

(2) Cf. annexe n° 56.

Année	Chiffre d'aff.global du commerce de détail en millions de Fl.h.	dont			
		Grands magasins, gdes entreprises à succurs. et coop. de consommation	Petites et moyennes entrepr. indépendant.	C.A. absolu en mio de Fl.	en % du total
1950	8 576	1 922	22,4	6 654	77,6
1951	9 345	2 136	22,9	7 209	77,1
1952	9 141	2 047	22,4	7 094	77,6
1953	9 735	2 145	22,0	7 590	78,0
1954	10 922	2 420	22,2	8 502	77,8
1955	11 977	2 695	22,5	9 282	77,5
1956	13 377	3 010	22,5	10 367	77,5
1957	13 902	3 045	21,9	10 857	78,1
1958	14 240	3 176	22,3	11 064	77,7
1959	14 900				

Comme en d'autres pays (en Allemagne notamment) où le commerce de gros dispose d'une grande puissance économique, le chiffre d'affaires réalisé à ce stade dépasse très sensiblement celui des commerçants détaillants.

Pour apprécier la portée de l'augmentation des ventes du détail (plus de 60 % entre 1952 et 1959), il importe de tenir compte de l'élévation de prix (près de 20 % au cours de la même période). On peut ainsi fixer à approximativement un peu moins de 40 % la progression réelle du volume des ventes du commerce de détail aux consommateurs particuliers néerlandais, entre les années 1952 et 1959.

La ventilation disponible du chiffre d'affaires permet en outre de constater que d'une part les petites et moyennes entreprises indépendantes, dont un nombre sans cesse croissant se groupe en chaîne ou en groupements d'achat, et d'autre part les grandes entreprises intégrées ont, tout au cours des dernières années, progressé de façon semblable, réalisant toujours les unes et les autres les mêmes pourcentages dans l'ensemble des chiffres d'affaires réalisés.

Il y a là un phénomène extrêmement intéressant à constater qui tend à rendre évident le fait que si les commerçants indépendants, et tout spécialement les petits et les moyens, font les efforts d'organisation et de collaboration que les techniques nouvelles mises à leur disposition leur permettent, ils sont armés pour soutenir avec efficacité et succès la concurrence des plus grandes entreprises de distribution.

IV. LE MOUVEMENT D'INTEGRATION

Pays à vocation commerciale très marquée, il n'est pas étonnant que les Pays-Bas disposent d'un appareil commercial bien organisé et que les commerces intégrés proprement dits et les commerces semi-intégrés bénéficient d'une audience déjà considérable, qui s'accroît sans cesse pour les seconds tandis qu'une certaine stagnation relative semble frapper les commerces intégrés dont la part dans le chiffre d'affaires total est pratiquement restée inchangée depuis 1950 (1950 : 22,4 % - 1958 : 22,3 %).

a) Les commerces intégrés proprement dits

La situation au 1.1.60 se présentait comme suit pour les formes de commerces qui, par leurs méthodes d'exploitation commerciale et leur statut juridique "intègrent" les divers échelons de la commercialisation et parfois quelques-uns de la production.

- Grandes entreprises de distribution⁽¹⁾ (Groot-Winkelbedrijven) 240 avec près de 4 200 établ. de vente
- (dont :
 - Grands Magasins 5 avec 90 établissements)
 - Coopératives de consommation 270 avec plus de 1 300 établ. de vente
 - Supermarchés env. 50 établissements
 - Maisons de vente par correspondance env. 100 entreprises

(1) Adhérents de l'Association des Grandes Entreprises de Distribution (Raad voor het Grootwinkelbedrijf).

Les Grandes Entreprises de Distribution comprennent surtout les Grands Magasins qui appartiennent essentiellement à trois groupes principaux et les entreprises à succursales multiples. Ces entreprises exploitent un nombre parfois très élevé de succursales, dont la plupart, exception faite de quelques unités de très grands magasins, sont relativement peu importantes. Les entreprises à succursales multiples opèrent surtout dans le secteur alimentaire, On doit mentionner encore les grandes entreprises spécialisées, exploitant un nombre de succursales plus réduit et dont l'importance individuelle est sensiblement celle des grands magasins proprement dits; leur domaine est surtout le secteur textile (confection) et celui des chaussures.

Les magasins à prix uniques "stricto sensu" ont disparu depuis 1945. Les magasins "HEMA" notamment, dont le nom rappelle toujours le passé de magasin à prix uniques, se sont pratiquement convertis en grands magasins par leurs assortiments et leurs méthodes d'exploitation. Les magasins à prix uniques gérés selon les formes traditionnelles de ce genre d'entreprise sont maintenant d'une importance négligeable.

Aux Pays-Bas les grands magasins cherchent, comme en Belgique et partiellement sous l'influence d'une chaîne de magasins à prix uniques belges implantée aux Pays-Bas, à conclure des accords de collaboration avec des entreprises indépendantes de moyenne importance, aptes à transformer leurs établissements pour écouler l'assortiment essentiel de magasins à commerces multiples. Ce mouvement n'en est encore qu'à ses débuts.

Les coopératives de consommation appartiennent pour la plupart à l'Association Centrale des coopératives de consommation des Pays-Bas (Cooperatieve Vereniging U.A. centrale der Nederlandse Verbruiks cooperaties).

Menacées par l'évolution du commerce de détail (chaînes volontaires, coopératives d'achat, libre service, etc.) les coopératives de consommation, sous l'égide de leur Association centrale, ont élaboré et approuvé une proposition datant de 1959 qui envisage une ferme concentration des coopératives par la constitution d'une vingtaine de grandes coopératives régionales autonomes. On estime que vers le début de 1963 la plus grande partie de cette réorganisation sera réalisée. La liaison entre ces coopératives régionales est assurée par l'institution d'un "Conseil des Participants" (Deelgenotenraad).

Les supermarchés n'ont pas pris un essor très important, malgré le développement très rapide du libre service. La loi néerlandaise d'établissement freine quelque peu leur développement car elle exige des compétences particulières pour les différents rayons; d'autre part le manque de surfaces suffisantes nécessaires pour la bonne exploitation de supermarchés a également agi dans le même sens. Bien que de nouveaux décrets d'application de la loi d'établissement aient en 1961, dans le secteur alimentaire, facilité la création de complexes à assortiments plus larges, les méthodes de planification en vigueur pour les quartiers nouvellement construits, sont encore mal adapt^{ées} aux exigences des supermarchés et entravent leur implantation. Malgré cela on prévoit dans un avenir proche un développement nettement plus favorable de cette forme de commercialisation.

Les maisons de vente par correspondance dont le nombre s'est accru régulièrement depuis 1950, semblent avoir atteint, depuis quelques années avec une centaine d'entreprises⁽¹⁾, un certain point de saturation bien que les consommateurs s'intéressent toujours vivement à cette forme de distribution, et que les chiffres d'affaires continuent à progresser.

On doit toutefois mentionner une initiative spectaculaire récente : vingt-cinq firmes de gros et quelque 1 200 magasins de détail viennent de s'unir pour créer une organisation commune de vente par catalogue offrant environ 2 000 articles.

b) Les commerces semi-intégrés

Les formes semi-intégrées du commerce qui se manifestent tant par la collaboration entre grossistes et détaillants que par la collaboration entre détaillants, sont fortement développées aux Pays-Bas.

Il n'est pas étonnant qu'aux Pays-Bas les chaînes volontaires bénéficient d'une position florissante puisque c'est par ce pays que ce

(1) maisons de vente par correspondance proprement dites et autres entreprises du commerce de détail qui exploitent régulièrement cette forme de commercialisation

Le système de coopération entre grossistes et détaillants, onze ans après sa naissance aux Etats-Unis, a été introduit en Europe en 1932 (fondation de la chaîne "Spar"). Opérant presque exclusivement dans la branche de l'épicerie, les chaînes volontaires, au nombre de 17, rassemblaient au début de 1960 environ 65 % des établissements de la branche, soit environ 280 grossistes et plus de 16 000 détaillants.

Parmi ces chaînes, onze d'entre elles, comprenant environ 200 grossistes et plus de 14 000 détaillants, sont d'une importance nationale.

Contrairement aux chaînes volontaires, les groupements d'achat se manifestent aux Pays-Bas dans de nombreux secteurs du commerce de détail. Un recensement fait en 1956 par l'Institut Economique pour les Classes Moyennes comptait environ 300 groupements d'achat constitués sous forme de sociétés juridiques sans tenir compte des simples groupements de fait. La nature des articles et les méthodes traditionnelles d'exploitation commerciale dans quelques branches étaient à la base de cette réussite notamment dans les secteurs du textile, de la droguerie, des articles ménagers et de quelques produits d'alimentation comme les pommes de terre, les fruits et les légumes. En 1959, on comptait environ 700 groupements d'achat de toute nature avec environ 24 000 adhérents.

Pour ne prendre que trois des branches les plus caractéristiques à cet égard, on peut signaler tout d'abord qu'en 1960 environ 19 % des détaillants du textile étaient organisés dans 25 groupements d'achat représentant quelque 3 000 entreprises et 3 800 établissements. Leur chiffre d'affaires durant la période de 1954 - 1960 avait augmenté de 69 %.

D'autre part, en 1952 la branche de la droguerie comptait six groupements d'achat avec un total de 657 membres adhérents. Au début de l'année 1959 le nombre de ces derniers s'élevait à 1 033 ce qui représente près de 28 % du nombre de commerçants de cette branche. Durant la même période le chiffre d'affaires par membre adhérent avait augmenté de plus de 55 %.

Enfin en 1953, il n'existait que 4 groupements d'achat adhérent à l'organisation nationale d'achat du commerce de détail de pommes de terre, fruits et légumes (fondée en 1953) comprenant au total 225 détaillants; en 1959 cette organisation comptait 29 groupements d'achat avec 2 000 détaillants adhérents sur les 13 000 commerçants sédentaires de la branche.

B. PROBLEMES DU COMMERCE NEERLANDAIS

Le commerce néerlandais, pour dynamique qu'il soit, n'en est pas moins confronté, comme celui des autres pays de la C.E.E., avec toute une série de problèmes liés, soit aux transformations structurelles en cours, soit à la réglementation des prix et de la concurrence; il n'est pas exempt de soucis fiscaux; l'orientation future des relations extérieures du Marché Commun, enfin, lui cause quelques préoccupations.

La politique du Gouvernement à l'égard de ces problèmes est basée sur le principe qu'il faut créer les conditions d'un développement aussi libre que possible, mais que néanmoins, des mesures particulières doivent parfois assurer aux petites et moyennes entreprises la possibilité de pouvoir bénéficier des progrès des techniques au même titre que les grandes entreprises. C'est dans le cadre d'une politique des classes moyennes que le plus souvent sont alors prises les mesures en faveur des entreprises indépendantes du commerce.

I. LES TRANSFORMATIONS STRUCTURELLES

Que ce soit au stade de gros, que ce soit au stade de détail, le commerce néerlandais est en continuelle évolution, et ce qui peut passer pour une singularité dans l'Europe occidentale, la modernisation des méthodes, l'utilisation des techniques nouvelles étaient déjà relativement avancées dès avant le dernier conflit mondial. Ce sont les Pays-Bas, qui, à cette époque, ont été les initiateurs européens des chaînes volontaires entre grossistes et détaillants.

Il ne semble pas que les transformations structurelles qui continuent à affecter les professions commerciales néerlandaises leur causent des soucis insurmontables, tout au plus peut-on dire qu'il leur importe surtout que les pouvoirs publics veillent à ce que la législation sur l'accès au commerce soit adaptée, s'il le faut, pour répondre aux nouvelles conditions d'exploitation des entreprises et que, d'autre part, des crédits à moyen terme suffisants puissent leur être octroyés pour moderniser ou étendre leurs entreprises.

a) L'accès aux professions commerciales

La législation concernant l'établissement d'entreprises occupe une position centrale de la politique économique gouvernementale des Pays-Bas et les autorités publiques comme les organisations professionnelles veillent à ce qu'elle soit adaptée constamment aux besoins.

Le principe essentiel de la législation est de pouvoir, dans les branches où l'utilité en est reconnue, subordonner l'accès à la profession, à la justification de connaissances générales et techniques et de garanties de solvabilité financière.

Instaurée en 1937 pour le commerce de détail, l'artisanat et les petites entreprises industrielles, elle fut modifiée en 1954 pour être susceptible d'application dans toutes les branches de l'économie sauf l'agriculture, la pêche, les banques, les transports et les assurances.

Actuellement les décrets d'application couvrant la plupart des commerces de gros alimentaires et des secteurs du commerce de détail et des mesures similaires pour les autres commerces de gros sont à l'étude.

Parmi les décrets les plus récents il faut en mentionner un qui est d'une extrême importance pour les commerces de détail alimentaires. Une tendance générale constatée dans ce genre de commerce est celle qui entraîne de plus en plus les entreprises à se "désécialiser", à offrir sous un même toit les gammes les plus diverses de produits alimentaires; les supermarchés en sont l'actuel aboutissement.

Cette évolution était contrariée aux Pays-Bas par les textes qui réglementaient strictement la nature des produits vendus en fonction des diplômes requis pour s'établir. Désormais, dans l'alimentation, la gamme a été considérablement élargie sans qu'il soit nécessaire de posséder plusieurs diplômes distincts.

La semi-rigidité de la réglementation est dans une certaine mesure un frein à la libre transformation des structures et l'on peut se demander, au cas où le mouvement vers la non-spécialisation s'amplifierait toujours, si une réadaptation plus générale des conditions d'accès aux professions commerciales ne devrait pas être, un jour, envisagée.

En outre, il faut également remarquer que la réglementation de l'accès au commerce, à une époque où l'on trouve assez facilement des situations comportant moins de risques, menace d'affaiblir l'intérêt des candidats pour les professions indépendantes. Par contre, des efforts importants sont tentés pour améliorer l'enseignement commercial, pour favoriser la diffusion des informations professionnelles et pour mettre à la disposition des intéressés les moyens financiers qui leur sont nécessaires pour s'établir et gérer sagement leurs exploitations.

b) Les problèmes du crédit

L'agrandissement des entreprises, le développement de la non-spécialisation, l'utilisation des techniques nouvelles (agencements mobiliers, immobiliers, transports) provoquent des besoins en ressources financières de plus en plus importants.

Les problèmes de financement sont beaucoup plus difficile à résoudre pour les petites et moyennes entreprises qui ont peu de surface, peu de liquidités, peu de garanties à offrir. Dans le cadre de la politique générale à l'égard des petites et moyennes entreprises, tout un appareil, assez complexe, a été construit. Diverses institutions sont habilitées à intervenir :

La Banque pour les classes moyennes (de Middenstandsbank) financée pour la plus grande partie par le Gouvernement, le Fonds de garantie générale pour les classes moyennes (het algemeen Waarborgfonds voor de Middenstand), d'autres Fonds de garantie particulière (bijzondere Waarborgfondsen) et finalement des Fonds de cautionnement régionaux (Borgstellingfondsen).

Les crédits octroyés avec garantie du Gouvernement le sont sans présentation de gages effectifs ou contre gages relativement faibles.

Le commerçant (comme l'artisan) néerlandais dispose de sept sortes différentes de crédits auxquels il peut faire appel. Ces crédits se différencient les uns des autres en raison de leur finalité économique et, accessoirement, par les conditions de taux d'intérêts et de délai de remboursement.

On distingue ainsi :

- le crédit de reprise (pour achat de fonds)
- le crédit hypothécaire pour achat de terrains ou les investissements immobiliers
- le crédit d'installation qui, en raison d'une interprétation assez large peut être utilisé non seulement pour l'installation proprement dite, mais aussi pour le financement de moyens de transports, de stocks ou même de dettes courantes
- le crédit pour l'équipement de l'entreprise
- le crédit pour encourager la coopération économique
- le crédit en cas de difficultés financières
- le crédit à caractère social.

C'est la Banque pour les classes moyennes qui dispense les fonds, sauf en cas de crédits hypothécaires. L'Etat, la Banque elle-même et les différents Fonds de garantie ou de cautionnement interviennent pour accorder leurs propres garanties, chacun d'eux étant spécialisé en fonction de la destination économique des crédits.

Le système paraît donner satisfaction aux intéressés, car il est assez complet. Les professionnels souhaitent uniquement que certains plafonds de crédits soient relevés, mais leurs organisations estiment que trop de commerçants encore n'ont pas compris l'intérêt économique des investissements mobiliers ou même immobiliers dans leurs professions et que, de ce fait, le mécanisme mis en place par les autorités gouvernementales, ne rend pas à l'économie tous les services qu'il lui est possible d'accorder.

II. LA REGLEMENTATION DES PRIX ET DE LA CONCURRENCE

a) La réglementation des prix

Les prix ont été pendant plus de vingt ans réglementés par une loi du 1er juillet 1939 sur "les hausses de prix et l'accaparement". Ce texte avait été conçu pour lutter contre l'évolution continue en hausse qui se manifestait à cette époque et qui, par la suite, devait s'accroître en raison des circonstances de guerre.

Ce n'est que récemment qu'il a été remplacé par les dispositions de la loi du 24 mars 1961 entrée en vigueur le 1er juin. La loi de 1939 n'était plus, en effet, adaptée à la situation économique, et c'est pourquoi, dès avant le vote de la nouvelle loi le Gouvernement avait progressivement réduit le nombre des produits et des services effectivement réglementés, c'est à dire dont les prix étaient fixés par le Ministre des affaires économiques.

Cependant la loi de 1961 n'assure pas le retour à la liberté complète des prix, à la libre économie de marché. Le Gouvernement, par l'intermédiaire du Ministre des affaires économiques et éventuellement du ou des autres ministres intéressés, garde compétence pour réglementer éventuellement les prix des produits et des services et c'est pourquoi les professionnels manifestent parfois certaines craintes concernant le rétablissement de mesures restreignant la liberté des transactions.

En vertu de la loi de 1961, le Gouvernement peut intervenir de trois manières différentes :

- en réglementant l'affichage des prix - c'est ce qu'il a fait par un arrêté du 24 mai à propos des produits alimentaires, des textiles et des cuirs;
- en fixant des prix maxima. Un premier texte, de portée très limitée, concerne le prix du lait dans certains quartiers d'Amsterdam. Un second, en date du 1er novembre, bloque les marges commerciales des importateurs, le Gouvernement ayant estimé que les baisses intracommunautaires des droits de douane n'étaient pas répercutées dans les prix à la consommation (les importateurs soutiennent que les baisses de droits n'ont pas compensé les hausses affectant leurs frais généraux);
- en exigeant des entreprises communication des méthodes utilisées pour le calcul des prix de revient et/ou en prescrivant des règles applicables à l'établissement de ces prix.

Ajoutons que les arrêtés de prix ont une validité d'une année, que, "sauf le cas d'urgence", les organisations professionnelles intéressées doivent être préalablement informées (elles peuvent alors faire connaître leur avis), et que des dérogations aux prix maxima peuvent être accordées "sous réserve de l'observation de certaines limitations ou prescriptions", au sujet desquelles aucune précision n'a encore été donnée.

Ajoutons enfin qu'en vertu d'un accord tacite entre le ministère et les organisations professionnelles, toute hausse de prix aux stades de la production ou de l'importation, ^{en fait} ne peut être appliquée qu'après avoir fait l'objet d'une déclaration au ministère des affaires économiques.

Le gouvernement reste donc bien armé pour intervenir dans le domaine des prix ; le libre jeu de l'offre et de la demande ne peut s'exercer que dans la mesure où les autorités publiques estiment qu'il n'entraîne pas de conséquences dommageables pour l'économie du pays et pour le maintien ou l'expansion des marchés d'exportation. Les organisations professionnelles sont préoccupées par les augmentations de frais généraux, et actuellement par celles des salaires d'un personnel toujours tenté d'aller chercher en d'autres secteurs des emplois mieux rémunérés; c'est la raison pour laquelle elles craignent qu'une politique de trop grande rigidité des prix n'entraîne de fâcheuses conséquences dans leurs branches respectives.

b) La réglementation de la concurrence

La politique gouvernementale à l'égard des professions commerciales est basée sur la liberté et l'efficacité de la libre concurrence entre les entreprises; mais cette concurrence doit rester loyale entre les intéressés et tenir parfois compte de certaines données de la situation économique générale.

A ces divers titres, trois problèmes requièrent encore en 1961 l'attention des autorités gouvernementales et des organisations professionnelles. Deux d'entre eux se rapportent surtout aux questions de concurrence loyale, ce sont ceux des ventes avec prime d'une part et des heures de fermeture de magasins d'autre part. Le troisième concerne les ventes à crédit et il a surtout des rapports avec la conjoncture économique générale.

- Les ventes avec primes

Les ventes avec primes sont réglementées par une loi du 13 juillet 1955, en vigueur depuis le 1er mars 1956 (Wet beperking ladeanstelsel ou WBC), aboutissement de longues discussions sur le sujet puisqu'une tentative de légiférer en la matière avait déjà eu lieu en 1926.

La loi néerlandaise a la particularité d'assurer au moins autant le jeu d'une concurrence loyale entre producteurs et entre distributeurs que la protection des consommateurs. On estime en effet d'une part que le système des primes, interdites sauf exceptions aux Pays-Bas; constitue une concurrence illicite à l'égard des entreprises qui fabriquent des objets de même nature; d'autre part, la pratique des primes pourrait être un moyen de tourner la loi d'établissement appliquée à la presque totalité du commerce de détail et en vertu de laquelle la vente d'un seul article appartenant à une branche déterminée est considérée comme l'exercice de cette branche.

A vrai dire, il ne semble pas que l'application de la loi pose de graves problèmes aux professionnels néerlandais. Tout au plus quelques préoccupations sont-elles nées touchant certaines pratiques qui semblent contraires à l'esprit de la loi tout en respectant la lettre. La loi sur les primes étant une législation pénale, doit en effet être interprétée restrictivement et sa précision même en limite encore plus le champ d'application.

De tels cas de pratiques "marginales" concernent par exemple l'offre, par un établissement donné, à des prix très réduits (sans être "illusoire", ce qui serait interdit), d'articles étrangers à la branche d'activité de cet établissement; ces articles sont obtenus ensuite par la remise de bons ou de timbres à des établissements autorisés à les vendre (producteurs, maisons de vente par correspondance...). Cet usage serait assez courant; cependant une commission spéciale formée par le "Hoofdbedrijfschap Detailhandel" (organisme de droit public du commerce de détail) a conclu que jusqu'ici les pratiques de ce genre ne lui paraissaient pas constituer de motifs suffisants pour un renforcement de la législation.

- Les heures de fermeture des magasins

La loi de 1951 modifiée en 1959 sur les heures de fermeture des magasins a une importance aussi bien économique que sociale. D'une part elle garantit le repos nécessaire aux commerçants et d'autre part elle intervient dans les relations de concurrence parce que ses diverses dispositions s'appliquent tantôt à l'ensemble des établissements de détail, soit au pays, tantôt à tous les établissements de détail d'une branche déterminée, tantôt enfin encore à tous les établissements de détail d'une circonscription territoriale donnée. En outre elle est étroitement liée au Décret de 1932 "concernant les horaires de travail dans les magasins" qui vise à éviter des rapports de concurrence inégale entre commerçants avec ou sans personnel.

Le problème actuel se rapporte aux conséquences de l'extension progressive de la semaine de cinq jours de travail instituée au bénéfice des salariés.

L'opportunité d'une fermeture éventuelle le samedi après-midi (1) pour le commerce de détail rencontre des partisans et des adversaires. Les aspects de ce problème sont nombreux et touchent des groupes différents et importants de la population.

Admettant que dans la plupart des cas il sera très difficile de compenser les pertes de vente au moyen d'une augmentation de la productivité dans le commerce de détail, certains cherchent à résoudre le problème par l'instauration d'un système de roulement du personnel, ce qui entraîne de nouvelles difficultés, étant donné le marché du travail très limité; d'autres pensent à l'institution d'une soirée d'achat "extra". Indépendamment de ce qui précède, les intérêts des consommateurs jouent un rôle important, car il ne leur est pas indifférent que les magasins soient fermés le samedi après-midi. Pour toutes ces raisons les secrétaires d'état des Ministères des Affaires Économiques, des Affaires Sociales et de la Santé Publique ont demandé le 1er février 1961 l'avis du Conseil social-économique sur

(1) Dans de nombreuses branches il y a déjà fermeture obligatoire non seulement le dimanche, mais une autre demi-journée dans la semaine.

les conséquences de la diminution des horaires de travail dans le commerce de détail sur les horaires de fermeture des magasins. Le Conseil social-économique doit étudier ce problème en collaboration avec le "Hofbedrijf-schap Detailhandel" et avec les organisations de consommateurs.

- Le crédit à la consommation

Dès 1936 une loi avait réglementé les ventes à crédit, et en application de celle-ci des décrets de 1948 et de 1952 avaient fixé les taux maxima des majorations de prix susceptibles d'être appliquées lors de telles ventes.

La réglementation actuelle est basée sur une loi cadre du 8 juin 1956 qui autorise le ministre des affaires économiques à édicter les mesures nécessitées par l'évolution de la conjoncture.

Actuellement deux problèmes principaux préoccupent les professionnels néerlandais ; l'un se rapporte aux conditions de plus en plus restrictives imposées par les décrets d'application de la loi de 1956, l'autre a trait à la mise en application d'une nouvelle loi datée du 13 juillet dernier.

Pour freiner le développement important des ventes à crédit au cours des dernières années (1), deux arrêtés des 20 septembre 1960 et 2 août 1961 ont sensiblement relevé le montant du premier acompte exigé des acheteurs. Alors qu'en 1956 les taux s'échelonnaient, suivant les articles, de 15 à 20 %, ils s'établirent entre 15 et 35 % en 1960 pour atteindre les taux de 20 à 50 % en 1961.

En outre, une loi votée en août dernier tend à renforcer encore les contrôles sur les ventes à crédit. Elle prévoit en particulier l'inscription des vendeurs sur un registre tenu par les chambres de commerce et l'obligation pour les établissements financiers qui apportent leur concours d'obtenir une licence spéciale du ministère des affaires économiques; de plus, le taux maximum du premier acompte ne pourrait plus être inférieur à 20 % du prix total. A l'heure actuelle (novembre 1961), le décret d'application de cette loi n'a pas encore été publié.

(1) On ne dispose malheureusement pas de renseignements en valeur absolue. Par rapport à l'année 1957 prise comme base, le montant des crédits en cours aurait atteint l'indice 134 en 1959 et l'indice 165 en 1960.

III. FISCALITE

Les commerçants néerlandais sont préoccupés par divers problèmes fiscaux, mais il ne semble pas avoir actuellement à faire face à de graves problèmes spécifiques, c'est-à-dire concernant à titre principal ou à titre exclusif les professions commerciales.

Le système des taxes à cascade sur le chiffre d'affaires qui, en d'autres pays, est souvent évoqué par les organisations professionnelles du commerce, l'est beaucoup moins aux Pays-Bas, probablement parce que les commerces de détail sont exonérés d'une telle taxe qui, en outre, ne frappe pas la plupart des produits agricoles et des matières textiles.

Dans le domaine des impôts directs, les derniers rapports des organisations professionnelles du commerce mentionnent surtout les questions relatives aux délais d'amortissement et aux tarifs des impôts sur le revenu des personnes physiques et des sociétés, mais à cet égard leurs soucis et leurs positions sont semblables à ceux des autres secteurs de la vie économique.

IV. LA CREATION DU MARCHÉ COMMUN

La réalisation du Marché Commun, avec la mise en place progressive de tous les moyens visant à la constitution de ce marché unique, représente aujourd'hui l'une des préoccupations majeures du commerce néerlandais.

La situation géographique particulière des Pays-Bas, leur tradition séculaire de pays tourné vers le commerce avec le monde entier, l'orientation de leur économie ont eu comme résultat de créer une activité commerciale particulièrement florissante qui est de loin la plus importante (en termes de pourcentage de l'activité économique générale) parmi les six pays de la C.E.E.

Les milieux professionnels attachent beaucoup d'intérêt à ce que le Marché Commun ne prenne pas une tendance autarcique qui entraînerait une diminution des échanges avec les pays tiers et par conséquent une réduction de l'activité commerciale. Ils souhaitent tout particulièrement que réussissent les pourparlers en cours ou envisagés avec divers Etats membres de l'A.E.L.E. en vue de leur association ou de leur admission comme Etats membres de la C.E.E.

B E L G I Q U EA. STRUCTURES COMMERCIALES

Le commerce belge est caractérisé par un nombre très élevé d'établissements; le rapport établissements/population y est en effet très fort : un établissement pour 30 habitants. Il est à signaler qu'on tient compte dans ce rapport des commerçants - artisans (environ 34.000).

L'explication la plus couramment donnée de ce phénomène réside dans le fait qu'en Belgique le commerce constitue souvent une activité d'appoint à une autre activité principale. Mais ce genre de commerce paraît être en voie de lente disparition. Malheureusement, les chiffres officiels sont très anciens et l'absence de statistiques récentes empêche de fournir des indications précises sur l'évolution du commerce au cours des douze dernières années. Selon certaines évaluations on y aurait enregistré une diminution de l'ordre de 5 % du nombre des établissements. Le recensement professionnel, qui seul pourra fournir des renseignements utiles à cet égard, est prévu pour fin 1961.

I - NOMBRE D'ETABLISSEMENTS

D'après le recensement de 1947, qui considérait trois formes de commerce, à savoir les commerces de gros, les commerces de détail et les commerces mixtes (gros-détail), la situation du commerce belge se présentait à cette époque comme suit :

a) Commerce de gros

Le commerce de gros groupait alors 19.202 établissements dont les deux tiers étaient exploités par des commerçants isolés et un tiers seulement par des commerçants ayant du personnel salarié à leur service.

On peut raisonnablement se demander si les véritables entreprises de gros n'étaient pas toutes parmi ce dernier tiers.

Un peu moins de la moitié des établissements de gros (47 %) se consacrait à la vente des produits de l'agriculture, de l'industrie alimentaire ou de la pêche

b) Commerce de détail

Y compris les boucheries, les charcuteries, les boulangeries et les pâtisseries recensées à la fois parmi les établissements industriels et artisanaux (1) et parmi les établissements commerciaux, c'est un ensemble de 273.000 magasins de détail qui approvisionnaient à l'époque la population belge.

Il existait ainsi un établissement de commerce au détail pour moins de 30 habitants, c'est-à-dire une densité très nettement supérieure à celle des autres pays de la C.E.E.

On ne s'étonnera donc pas de constater en outre que plus de 96 % des commerces étaient exploités par des commerçants isolés, travaillant seuls ou avec l'aide de membres proches de leur famille, sans aucun salarié.

Comme dans tous les pays, où la concentration commerciale est encore à peine amorcée, plus de la moitié des magasins (51,4 %) opéraient dans le secteur des produits alimentaires.

c) Commerces mixtes gros et détail

Cette catégorie de commerces comprenait un nombre restreint d'établissements (22.736 dont 1.479 non sédentaires) dont un peu plus d'un tiers seulement (38,3 %) faisaient le commerce de produits agricoles et alimentaires.

D'après la proportion du nombre de commerçants occupant du personnel salarié (28,5 % du nombre de commerce de cette catégorie), ces

(1) 34.257 établissements au total
III/D/6021/61-F

établissements se rapprochaient, dans leur structure, plus des commerces de gros que des commerces de détail, bien que leur "taille" paraisse en général inférieure à celle des établissements de gros proprement dits.

II. EFFECTIFS

a) Effectifs globaux

En 1947, d'après le recensement officiel, la situation était la suivante (non compris les patrons) pour les commerces proprement dits

	Employés	Ouvriers	Auxiliaires familiaux	Total
Commerce de gros	23.856	17.172	3.604	44.635
Commerce de détail	21.515	13.850	74.402	109.767
Commerce de gros et détail	21.375	17.256	6.986	45.614
	66.746	48.278	84.992	200.016

On constate que le nombre de salariés (employés et ouvriers) n'était alors que légèrement supérieur à celui des auxiliaires familiaux et que le nombre total des personnes (non compris les patrons) occupées dans le commerce était très inférieur au nombre des établissements, ce qui confirme l'existence d'un nombre alors élevé de commerces exploités uniquement par les patrons, même sans le concours de membres de leurs familles.

Les statistiques établies par l'office national de sécurité sociale (ONSS) donnaient au 30 juin 1947 des chiffres de salariés quelque peu différents de ceux du recensement, puisque cet organisme dénombrait 62.515 employés et 65.885 ouvriers dans le "commerce proprement dit", soit un effectif total de 128.400 salariés, au lieu de 115.024 seulement enregistrés au recensement.

On trouvera en annexe n° 59 un tableau reproduisant les statistiques de l'ONSS concernant l'évolution du nombre des salariés (employés et ouvriers) du commerce, entre les années 1947 et 1959. L'accroissement a été particulièrement sensible puisqu'au 30 juin 1959 leur nombre atteignait le chiffre de 175.349 soit une augmentation de 36,7 % depuis 1947, beaucoup plus marquée pour la catégorie des employés (60 %) que pour celle des ouvriers (13,5 %). (1)

Ces chiffres sont encore plus significatifs si l'on considère que pendant ce laps de temps l'augmentation totale du nombre de travailleurs assujettis à la sécurité sociale n'a été que de 5 % pour l'ensemble des professions. Les effectifs des professions commerciales représentaient 7 % des effectifs globaux en 1947 et dépassaient 9 % en 1959. En douze années, sur une augmentation de 92.000 assujettis à la sécurité sociale, les professions commerciales en ont absorbé 47.000, soit plus de la moitié.

Enfin, alors que le rythme d'accroissement de la population salariée totale s'est presque constamment amenuisé au cours des dernières années, celui des effectifs du commerce a continué à un rythme de plus en plus vif, comme le montre le tableau ci-après :

Périodes	Pourcentage d'accroissement du nombre des salariés	
	Professions commerciales	Toutes professions
1947 - 1951	+ 7,8 %	+ 3,6 %
1951 - 1955	+ 11,8 %	+ 1 %
1955 - 1959	+ 13,2 %	+ 0,2 %

Les professions commerciales représentent ainsi, pour l'économie belge, un débouché extrêmement important pour le reclassement de la main-d'oeuvre salariée.

(1) La répartition des salariés du commerce sur les différentes classes de grandeur des entreprises est reprise en annexe n° 60.

b) Répartition des effectifs suivant l'importance des établissements

Au recensement de 1947, les commerces de gros et les commerces de détail occupant des salariés, se répartissaient ainsi, en fonction de l'importance de ce personnel :

Effectifs du personnel salarié	Pourcentage du nombre d'établissements		
	Commerce de gros	Commerce de détail	Commerce mixte (gros et détail)
De un à cinq salariés	68,6 %	88,7 %	74 %
De 5 à 19 salariés	25,1 %	9,6 %	21,9 %
Plus de 19 salariés	6,3 %	1,7 %	4,1 %
	100	100	100

(Le tableau N 9058 fournit une répartition plus détaillée de ces renseignements pour les catégories supérieures d'employeurs (plus de 19 salariés).

Il est normal que le pourcentage de très petits établissements soit particulièrement élevé dans les commerces de détail, mais il reste également important pour les commerces de gros puisque plus des deux tiers des employeurs ont moins de cinq salariés.

Si l'on tient compte des commerces exploités par les seuls patrons, et éventuellement par des membres de leurs familles non salariés, le nombre des magasins de détail occupant moins de 5 salariés, atteignait 99,6 % en 1947, ce qui est un signe de l'extrême atomisation de ce genre d'activité. Par contre, d'après le recensement de 1947 on ne trouvait de très grands établissements (plus de 1.000 salariés) que dans le commerce de détail et dans les établissements mixtes gros et détail.

La concentration commerciale s'est quelque peu développée depuis 1947, mais dans des proportions relativement modestes puisque, d'après

l'ONSS, le nombre d'employeurs du commerce (gros et détail) ne s'est élevé entre 1947 et 1959 que de 22.144 unités à 22.480.

Ce sont d'ailleurs surtout les très grandes entreprises qui ont bénéficié de ce mouvement de concentration, comme on peut le voir facilement par le tableau ci-dessous :

Importance du personnel	Nombre d'établissements		Evolution 1947 à 1959
	1947	1959	
De 1 à 5 travailleurs	17.403	16.596	- 4,6 %
De 5 à 19 travailleurs	3.921	4.537	+ 15,7 %
Plus de 19 travailleurs	820	1.347	+ 64 %
	<u>22.144</u>	<u>22.480</u>	+ 1,7 %

Le nombre d'établissements occupant moins de cinq travailleurs a diminué de 807 unités (soit de 4,6 %), alors que ceux occupant de 5 à 19 travailleurs ont enregistré un accroissement de 616 unités (+ 15,7 %) et que ceux occupant plus de 19 travailleurs ont vu leur nombre augmenter de 517 unités (+ 64 %) (voir aussi tableau annexe N° 57).

Si l'on rapproche ces indications des estimations qui laissent à penser que depuis 1947 le nombre total des établissements commerciaux belges aurait diminué de 5 % environ, on peut supposer que cette déflation a essentiellement frappé les petits magasins jusques et y compris ceux qui n'occupent que quelques salariés (moins de cinq salariés).

III. CHIFFRES D'AFFAIRES

a) Chiffre d'affaires global

Les statistiques officielles sur le chiffre d'affaires du commerce belge font défaut. Il est donc nécessaire, pour le situer dans le contexte économique général, d'avoir recours à des estimations privées. Celles qui paraissent les plus significatives à cet égard sont d'une part les publications du département d'économie appliquée de l'université libre de Bruxelles (DULBEA) et d'autre part les études du professeur F. BAUDHUIN dans le bulletin de l'Institut de Recherches Economiques et Sociales de l'Université de Louvain (IRES). Les unes et les autres tendent à mesurer uniquement la consommation privée commercialisée; elles excluent donc les ventes des commerçants à des utilisateurs professionnels.

On trouvera aux annexes 61 et 62 des estimations du chiffre d'affaires du commerce de détail belge sur base de ces deux sources de renseignements; une seule série cependant a pu être calculée jusqu'aux années les plus récentes. D'après celle-ci la valeur des ventes au détail serait passée de 144 milliards de francs en 1950 à un peu plus de 190 en 1959, en augmentation d'un tiers environ. L'autre série de renseignements, disponible seulement jusqu'en 1953, permet surtout de mesurer les écarts entre les deux séries d'estimations. De 1949 à 1953 ceux-ci ont varié sensiblement, les extrêmes étant de 3 milliards en 1950 et de 15 milliards l'année suivante. Cette constatation impose de ne considérer qu'avec les plus expresses réserves ces données chiffrées. Les différences s'expliquent en fait en grande partie par des définitions divergentes du secteur "commerce" employées de part et d'autre.

Les études du professeur BAUDHUIN (1) tendent en outre, à démontrer que la part du commerce dans la consommation privée des particuliers n'a cessé de décroître au cours des dix dernières années. Alors qu'elle en représentait 63,2 % en 1950, elle n'en atteignait plus de 56 % en 1959, en diminution régulière depuis l'année 1951. Des travaux de l'Université libre de Bruxelles, et établis sur d'autres

(1) voir annexe n° 61.

bases, tant pour l'estimation du chiffre d'affaires que pour celle de la consommation privée donnaient, entre 1949 et 1953, des pourcentages d'achats dans le commerce inférieurs aux premiers, mais confirmaient leur diminution relative continue. Il est probable que l'accroissement des niveaux de vie, et en particulier l'augmentation sensible des dépenses de loisirs (tourisme, spectacles...) est responsable de cette évolution. Le déclin du commerce, tout relatif puisqu'il s'accompagne d'une augmentation des ventes en valeur absolue, se manifeste également dans le cadre de l'économie nationale toute entière. C'est ainsi que, de 1950 à 1959, la valeur ajoutée par les commerces de gros et de détail bien que passée de 25,8 à 34,2 milliards de francs, a décliné en pourcentage ne représentant plus en 1959 que 6,6 % du produit intérieur brut. (Voir annexe n° 26e) pour détails sur l'évolution de la valeur ajoutée par le commerce au coût des facteurs).

Si l'on rapproche enfin les pourcentages d'augmentation du chiffre d'affaires du commerce de détail entre 1950 et 1959 (+ 32,1 % d'après les estimations basées sur les travaux du professeur BAUDHUIN) de ceux de l'augmentation de la valeur ajoutée par les commerces de gros et de détail au cours de la même période (32,6 %), on voit très nettement qu'ils sont de même ordre de grandeur. Cette similitude peut permettre d'une part de considérer comme acceptable les estimations de l'évolution du chiffre d'affaires d'autre part de conclure que les marges commerciales n'ont pas dû se modifier sensiblement, en hausse ou en baisse, depuis une dizaine d'années.

b) Répartition du chiffre d'affaires selon la nature des ventes

Pour évaluer la part des différentes catégories d'articles vendus par le commerce dans le chiffre d'affaires global du commerce de détail, il est encore nécessaire de recourir à des estimations privées (1)

(1) Evalenko et Michel - La Structure du commerce de détail en Belgique

Pourcentages des ventes au détail suivant la nature des articles vendus

	1949		1959	
	Valeur absolue en mrd. francs	%	Valeur absolue en mrd. francs	%
Commerce vital (alimentation, charbon et entretien)	91,1	66,2	113,2	59,5
Habillement et mode	28,5	20,7	45,6	24,0
Ameublement et équipement ménager	10,5	7,6	18,3	9,6
Commerce de luxe et de demi-luxe	7,5	5,5	13,2	6,9
Tous commerces	137,6	100	190,3	100

L'augmentation du chiffre d'affaires du commerce vital entre 1949 et 1959 aurait donc été beaucoup plus lente (+ 24,3 %) que celle des commerces d'habillement, d'ameublement, d'articles ménagers et d'articles de luxe (+ 65,8 %).

L'évolution de la répartition des ventes du commerce de détail montre ainsi que dans la consommation commercialisée, on assiste à des modifications assez sensibles, à des déplacements qui laissent supposer que les besoins vitaux des consommateurs tendent à être satisfaits et permettent à ces derniers d'orienter leurs achats vers des articles de confort ou même de luxe.

c) Répartition du chiffre d'affaires selon la nature des circuits de distribution

Dans ce domaine également, seules des évaluations assez approximatives permettent de combler l'absence d'enquêtes générales officielles ou professionnelles.

C'est ainsi que deux estimations récentes (1) ont mentionné les pourcentages suivants pour chacun des principaux circuits.

(1) Rapport du grand magasin "Innovation" 1958-1959. D'après le journal "Les Echos" (3.10.1961)

	<u>Année 1957</u> (1)	<u>Année 1958</u> (2)
Grands magasins et magasins à prix uniques	7,5 %	9 %
Coopératives de consommation	3,4 %	3,5 %
Succursalistes	2,5 % (3)	8,5 %
Autres	85,1 %	80,5 %

Exception faite pour les entreprises à succursales où l'une des estimations ne vise d'ailleurs que les entreprises du secteur alimentaire, les ordres de grandeur sont comparables dans les deux cas; la part qui revient aux commerçants indépendants reste considérable, mais on peut se demander si l'abrogation de la "loi de cadenas", réalisée effectivement depuis le début de l'année 1961, la création de super-marchés ou de super-bazars dont un certain nombre sont déjà réalisés dans les quartiers centraux et périphériques de plusieurs grandes villes n'entraîneront pas dans les prochaines années un sensible déplacement de forces entre les divers circuits.

IV. LE MOUVEMENT D'INTEGRATION

Bien que freinée depuis 1937 (loi de cadenas) l'intégration en Belgique a atteint un degré de développement assez élevé,

a) Les circuits intégrés

Grands magasins et prix uniques

En 1958, il existait 166 établissements de vente à rayons multiples y compris les grands magasins de standing élevé des grandes agglomérations.

Depuis une dizaine d'années, et probablement en partie sous l'effet de la loi de cadenas, l'une au moins des chaînes de magasins à prix uniques a poursuivi un effort de collaboration commerciale avec

(1) Rapport du grand magasin "Innovation" 1958-1959. D'après le journal "Les Echos" (3.10.1961) "Neuf grandes entreprises de distribution à rayons multiples réalisent plus de 18 milliards de F.B. DE chiffre d'affaires par an - soit un peu plus de 7,5 % du volume de la distribution

(2) "De Belgische Economie in 1970" -Rapports présentés au 5ème Congrès flamand des sciences économiques 1961

(3) Succursalistes alimentaires seulement.

des entreprises indépendantes qu'elle approvisionne et qui s'engagent à vendre l'essentiel de l'assortiment d'un magasin à prix uniques; elle tend même à poursuivre cette politique aux Pays-Bas.

Plus récemment quelques unes des grandes entreprises de distribution ont créé des sociétés-soeurs pour la mise sur pied d'un réseau interne de super-marchés. A l'encontre de l'Allemagne, où les grandes entreprises se sont unies pour exploiter toute une chaîne de supermarchés, il semble qu'en Belgique chacune des grandes entreprises poursuit sa propre politique en matière de supermarchés.

Douze supermarchés étaient à la fin de 1960 en exploitation, non compris les cinq rayons d'alimentation des grands magasins qui présentent toutes les caractéristiques des supermarchés.

L'abolition définitive de la loi de cadenas laisse présumer une extension plus rapide dans le domaine des supermarchés. A ce sujet, la Commission "Distribution" du cinquième Congrès des sciences économiques flamand (avril 1961) prévoit que d'ici 1970 le commerce alimentaire en Belgique aura connu une modernisation profonde, et qu'à cette époque 150 supermarchés et 1.000 superettes seront en exploitation qui réaliseront ensemble environ 30 % du chiffre d'affaires global des produits alimentaires.

Deux nouvelles expériences dans le domaine de la distribution belge viennent d'être tentées. Il s'agit, d'une part de la création de "super-bazars", complexes de vente au détail qui sont à la fois supermarchés et centre commercial; ils groupent en effet un grand magasin entièrement en libre service, un supermarché, une banque, une pharmacie, un magasin de fleurs ainsi qu'une entreprise de nettoyage à sec. Trois unités sont actuellement en exploitation, dont une à Bruges, les deux autres à Bruxelles, mais il est encore trop tôt pour tirer des conclusions à cette expérience.

En second lieu, il faut noter qu'un discount-house vient d'ouvrir ses portes à Gand. Celui-ci est pour une grande part spécialisé dans les produits textiles qu'il vend à des prix de 10 à 40 % moins cher que dans les magasins textiles classiques.

Enfin, les grandes entreprises belges commencent à s'intéresser activement aux marchés des pays limitrophes. En 1959, et plus particulièrement en 1960 et 1961, les efforts des grands magasins belges pour l'implantation de filiales à l'étranger, notamment dans les pays partenaires de la C.E.E., et les contacts de collaboration avec des grands magasins dans les six pays se sont fortement intensifiés. C'est ainsi que la création de sociétés en Hollande et en France a été réalisée par différents groupes de grands magasins et qu'une prospection du marché italien en vue de l'implantation de grands magasins a été amorcée.

Coopératives de consommation

Six organisations groupent 93 sociétés coopératives et 3.466 succursales (1958). Le nombre de coopérateurs est en accroissement constant et se chiffrait à 821.000 en 1959. Les coopératives de consommation sont principalement établies dans les branches de l'alimentation, de l'habillement, des articles de ménage, de l'ameublement et de la pharmacie.

Entreprises à succursales multiples

Il existait, en 1957, 21 sociétés à succursales qui desservaient dans l'alimentation 2.103 succursales propres et 2.241 magasins concessionnaires. En outre, 4.636 commerçants indépendants étaient affiliés aux centrales d'achat des succursales.

b) Les circuits semi-intégrés

Chaînes volontaires

Dans l'alimentation sept chaînes volontaires groupent 83 grossistes et 17.130 détaillants. Une autre chaîne volontaire est établie dans le secteur de la quincaillerie. Dans le textile, une chaîne "Seldis" a été créée en 1960 affiliée à "Euro-Seldis" dont le siège est à Paris.

Groupements d'achat

Les groupements d'achat, associations de fait, et les sociétés d'achat en commun, associations de droit, sont peu nombreux. Les dernières groupent 7.209 détaillants dans 75 sociétés qui, en raison des moyens financiers insuffisants, ne sont que peu importantes.

B. LES PROBLEMES DU COMMERCE BELGE

La faiblesse structurelle de l'appareil commercial belge, l'évolution discordante des formes intégrées de la distribution et du petit et moyen commerce indépendant ainsi que les événements d'ordre politique, économique et financier qui ont caractérisé les dernières années ont créé de nombreux problèmes à l'ensemble des professions commerciales belges. Les plus importants ont trait aux modifications qui commencent à affecter sérieusement les méthodes d'exploitation des entreprises, d'autres se rapportent aux conditions de vente des produits ou au régime d'ouverture des magasins, quelques uns à la fiscalité; la création du Marché Commun n'a guère affecté jusqu'à présent que les plus grandes entreprises.

I. LES TRANSFORMATIONS STRUCTURELLES

a) L'accès à la profession

Le réseau très dense du commerce belge s'est longtemps développé - en nombre - grâce à la protection que lui offrait, depuis 1934, la "loi de cadenas" qui interdisait la création de nouveaux grands magasins et l'extension de ceux qui existaient alors, sauf dans les très grandes villes. La suppression de cette loi, effective au 1.1.1961, entraîne dès maintenant et entraînera plus encore dans l'avenir une concurrence accrue des grandes entreprises. C'est en partie pour y faire face que diverses mesures en faveur des entreprises indépendantes ont été adoptées récemment dans le domaine de l'accès à la profession, de l'information et du perfectionnement professionnels et du crédit.

Au début de l'année 1961, toutes entraves imposées aux grandes entreprises de distribution par la "loi de cadenas" ainsi que par les accords contractuels qui l'ont prolongée en fait deux années, ont définitivement disparu.

Pour parer au danger d'une concentration excessive des entreprises intégrées le commerce indépendant s'organise de plus en plus. Sur le plan individuel le renforcement et la nouvelle création de chaînes volontaires entre détaillants et grossistes s'insère dans cet ordre, tandis que sur le plan de la réglementation, la loi cadre du 24 décembre 1958 régissant l'accès à la profession peut être un instrument qui permettra aux organisations professionnelles d'améliorer et de perfectionner la formation professionnelle dans les différents secteurs.

Cette loi ne tend pas à une limitation, à un "numerus clausus" dans les professions commerciales et artisanales. Les différentes organisations professionnelles (17) qui avaient introduit des demandes en ce sens ont enregistré un échec. Depuis lors, deux requêtes agréées (menuiserie et installations de chauffage central) permettent de dégager une première appréciation sur l'orientation préconisée par les pouvoirs publics. Les professions ne sont plus ouvertes qu'à ceux qui apportent la preuve qu'ils possèdent les connaissances générales, commerciales et professionnelles requises et qu'ils ont effectué un apprentissage d'une durée déterminée.

Plus récemment, d'autres demandes qui paraissent mieux conçues dans l'esprit de la loi, ont été introduites par les organisations professionnelles des opticiens, des commerçants du lait et des produits laitiers et des négociants en graines indigènes.

Les milieux professionnels prévoient qu'au cours des années 1961 et 1962 la loi d'accès à la profession pourra effectivement entrer en vigueur pour un grand nombre de professions commerciales et artisanales.

b) L'information et la diffusion des techniques

Les nouvelles techniques commerciales ne pourront être diffusées auprès de la masse des commerçants qu'au moyen d'efforts excep-

III/D/6021/61-F

tionnels dans le domaine de la formation et de l'information.

La formation professionnelle des futurs commerçants et de leur personnel ne semble pas poser de problèmes importants immédiats. Tout au plus signale-t-on parfois certains manques de coordination entre les cours théoriques et l'enseignement pratique dispensé au cours de stages obligatoires dans les entreprises. Il importe de savoir seulement si les cadres actuels de l'enseignement seront encore adaptés aux nécessités qui naîtront éventuellement de nouvelles réglementations concernant l'accès aux professions.

L'apparition relativement récente des nouvelles techniques commerciales a, par contre, nécessité des efforts exceptionnels dans le domaine du perfectionnement professionnel des commerçants déjà installés. Le Comité belge de la Distribution, patronné par l'Office belge pour l'accroissement de la productivité et en collaboration avec l'Institut d'études économiques et sociales des classes moyennes et les chambres de commerce, consacre son activité à cette action de propagande et d'éducation. Il organise à cet effet des cycles de perfectionnement pour les différentes branches professionnelles, il établit et diffuse des brochures et des revues consacrées aux techniques expérimentées, il établit des "ratios" pour faciliter les comparaisons inter entreprises.

Ces efforts ont déjà obtenu des résultats indéniables qui pourraient être l'annonce d'une transformation profonde de l'appareil commercial belge. L'augmentation de la dimension moyenne des entreprises est un signe de modernisation et de concentration; des sondages indiquent que le nombre des commerces d'appoint est en diminution, que les points de vente sont mieux choisis, que les diverses formes d'association se développent. Mais la grande masse des petits et moyens commerçants n'a pas encore été touchée et c'est peut-être la dure concurrence des grandes entreprises de distribution qui imprimera au processus de modernisation du commerce l'élan et la vigueur qui lui manquent encore.

III/D/6021/61-F

c) Le financement des investissements

L'agrandissement des entreprises, l'utilisation de nouveaux mobiliers, la transformation des magasins, des réserves, des entrepôts, le développement des moyens de transports extérieurs et intérieurs exigent des moyens financiers parfois considérables.

D'une façon générale, les grandes entreprises de distribution ont pu se les procurer soit auprès des banques, soit en faisant appel à l'épargne publique, soit en utilisant leurs propres ressources, par autofinancement.

Le problème était beaucoup plus difficile à résoudre pour les petites et moyennes entreprises qui ne disposent pas de fonds liquides ni de garanties suffisantes à offrir aux établissements de crédit. C'est surtout une loi du 24 mai 1959 "portant élargissement des facilités d'accès au crédit professionnel et artisanal en faveur des classes moyennes" qui a permis de résoudre l'épineux problème de garanties. Cette loi, en effet, a introduit un élément novateur important, car elle inaugure en faveur des classes moyennes un système de crédit non plus exclusivement fondé sur des gages, mais davantage sur la valeur personnelle des intéressés et sur la qualité de leurs entreprises et de leurs projets.

A ces fins il a été créé au sein de la Caisse Nationale de Crédit Professionnel un fonds de garantie qui sert à garantir le remboursement en capital, intérêts et accessoires des crédits consentis.

Autre innovation importante de la loi, l'Etat, outre sa garantie de bonne exécution du remboursement du prêt, peut intervenir par attribution de subventions aux organismes de crédit en vue de leur permettre de consentir des prêts à taux d'intérêts réduits.

Ces dispositions libérales doivent apporter une aide efficace aux entreprises indépendantes du commerce pour soutenir la concurrence

des grandes entreprises de distribution, puisque leur bénéfice est réservé, dans ce secteur professionnel, aux entreprises qui n'occupent pas plus de vingt personnes, ouvriers et employés, aux groupements d'achat en commun constitués au bénéfice et sous le contrôle de ces entreprises et aux organismes fondés, notamment à l'initiative de groupements professionnels ou interprofessionnels, en vue de promouvoir et de rationaliser l'activité des entreprises des petit et moyen commerces.

Déjà les résultats obtenus par la Caisse Nationale de Crédit Professionnel au cours de l'année 1960 montrent que l'élargissement des conditions de crédit répondait à des besoins véritables: les crédits accordés sont passés entre 1959 et 1960, de 1363 millions de F.B. à 2.224 millions. De plus, l'augmentation enregistrée (861 millions) correspond sensiblement au montant des crédits (850 millions) qui, au cours de l'année 1960, ont eu recours à l'intervention directe du Fonds de garantie, créé par la loi de 1959.

Les commerces de gros et de détail ont bénéficié comme les autres secteurs des classes moyennes, des nouvelles facilités qui leur étaient consenties. En 1960 ils ont obtenu 20 % des crédits accordés par la Caisse Nationale et c'est ce même pourcentage qui marque leur part dans le montant des crédits garanties par le Fonds de garantie.

L'ampleur des besoins laisse seulement supposer que les années à venir nécessiteront encore un concours très fortement accru des organismes de financement. La modernisation du commerce belge n'en est encore qu'à ses débuts, comme en témoigne par exemple le nombre restreint (400 en juillet 1961) de magasins équipés en libre service.

II. LA REGLEMENTATION DES VENTES

Divers aspects de la réglementation des ventes préoccupent les milieux professionnels belges. Certains problèmes n'ont que des répercussions économiques limitées (problème des soldes). D'autres, même s'ils n'ont pas une importance extrême dans l'immédiat, risquent

d'entraîner de sérieuses perturbations dans l'avenir, ce serait le cas si les ventes à primes ou les ventes à rabais (discounts) prenaient une plus grande extension.

a) Les ventes en solde

Les principes de la réglementation édictée par une loi du 31.10.1958 ne sont généralement pas contestés. Seules quelques modalités d'application suscitent des critiques. La date du début des soldes d'été (15 juillet) est généralement considérée comme trop tardive; les articles d'été se vendent très difficilement à cette époque avancée de la saison d'autant plus que nombre de citoyens sont déjà partis en vacances. D'autre part, une plus grande souplesse dans la fixation du premier jour de ventes serait réclamée pour éviter que le début de celle-ci ne coïncide pas avec certains jours de la semaine peu propices aux affaires, le lundi en particulier. Ce sont là des griefs mineurs, le second surtout, qu'il ne devrait pas être impossible de prendre en considération.

b) Les ventes avec primes

La réglementation belge interdit en principe les ventes avec primes, sauf pour une série d'objets et de services limitativement énumérés, mais, et c'est une de ses caractéristiques originales, elle permet les primes représentées par des timbres, coupons ou jetons lorsqu'il s'agit de ventes aux consommateurs (et non à des revendeurs).

Un arrêté royal du 26.2.1935 soumettait à autorisation préalable du Ministère des Affaires Economiques l'offre de primes représentées par ces timbres, coupons et jetons. L'atrogation en 1959 de cet arrêté déclaré 'illégal' par la Cour de Cassation a, en fait, considérablement restreint la portée pratique des interdictions toujours légalement en vigueur, car on a constaté que la plupart des détenteurs de timbres préfèrent la prime en nature au remboursement en espèces.

De fait, au cours des dernières années, les ventes à prime, par l'intermédiaire des timbres-primés, ont connu un développement remarquable qui n'avait certainement pas été envisagé par le législateur.

Divers projets et propositions de loi ont été déposés pour renforcer la réglementation en supprimant notamment les tolérances admises en faveur des timbres-primés, mais aucun n'a encore été pris en considération par le Parlement et le problème reste posé.

c) Les ventes à rabais

Il n'existe, en Belgique, aucune réglementation publique concernant les ventes au-dessous des prix habituellement pratiqués dans le commerce ou conseillés par les producteurs et pour un assez grand nombre de biens de consommation durables, la pratique des rabais sur les prix marqués est courante, sinon presque automatique.

Pour tenter de renverser une situation que d'aucuns apparentent à la concurrence déloyale, un accord syndical était intervenu en 1959 dans le secteur de l'optique et du cinéma, mais, en fait, en 1959, son application ne dura que quelques mois.

Depuis lors, la pratique des ventes à rabais a continué à s'amplifier et la création des supermarchés et surtout celle des super-bazars qui s'apparentent étroitement aux "Discount department stores" américains tend à généraliser systématiquement ces méthodes commerciales. L'implantation de grands magasins d'un tel genre renforce encore les critiques habituellement faites contre les ventes à rabais. Nombre de commerçants et de producteurs voient dans les nouvelles politiques de vente des visées monopolistiques; la pratique de prix "dramatiquement bas", selon l'expression d'un expert américain tendrait, dans une première étape, à l'accaparement du marché pour, dans une étape ultérieure, imposer ensuite aux consommateurs des prix qui ne seraient plus soumis aux lois de la concurrence.

Les consommateurs eux-mêmes qui bénéficient des luttes portant sur les prix, sont parfois désorientés par la diversité des prix qui leur sont proposés pour un même objet, surtout lorsqu'ils sont dans l'obligation de "marchander" pour obtenir le bénéfice des rabais.

Dans l'état de chose actuel, en Belgique, la pratique des ventes à rabais est un élément actif du jeu de la concurrence, mais si le mouvement continuait à gagner en importance, il est hors de doute qu'il affecterait la rentabilité et l'existence de nombreux petits magasins et qu'il transformerait sensiblement la structure commerciale du pays.

III. LE REPOS HEBDOMADAIRE

C'est après de nombreuses polémiques et l'échec de plusieurs tentatives antérieures, que le Parlement a voté une loi le 22 juin 1960 sur le repos hebdomadaire obligatoire dans les professions commerciales et artisanales.

Cette loi n'est qu'une loi cadre et chaque fédération professionnelle est libre d'en demander ou non le bénéfice. Le jour de repos est en principe le dimanche, mais, par une déclaration à l'administration communale chaque commerçant ou artisan peut choisir pour lui-même un autre jour.

Lorsque l'obligation d'observer un jour de repos par semaine existe, dans une profession, elle s'applique à toutes les entreprises de la profession et elle s'étend à tous les lieux de vente où l'activité visée est exercée, même à titre accessoire ; dans ce cas elle s'applique même aux activités commerciales ou artisanales autres que celles de la profession pour autant qu'elles sont exercées dans les mêmes locaux de vente. Il est cependant entendu que les entreprises relevant de plusieurs secteurs ne sont pas obligées d'observer plus d'un jour de repos par semaine.

Sur le plan pratique la législation sur la fermeture hebdomadaire a déterminé au cours de la première année d'application le dépôt d'une dizaine de requêtes de la part des fédérations commerciales.

La procédure parfois lente et minutieuse d'examen de ces requêtes, le rejet de quelques unes pour des erreurs de forme ou par suite de l'opposition exercée par certains représentants de la profession ont entraîné des retards dans les décisions ministérielles. En septembre 1961, deux demandes seulement ont été agréées. Il s'agit de celles émanant de la fédération nationale des bouchers, charcutiers, alimentation générale, fruits - légumes, etc.. et de celle de la fédération nationale des détaillants en lait.

Dans un rapport publié par le Conseil supérieur des classes moyennes il est souligné que l'unité d'action des fédérations pourrait faciliter la procédure. Elle permettrait en effet d'éviter au maximum l'écueil des nombreuses interférences entre professions connexes, évitant ainsi des conflits lors de la mise en application de la réglementation.

IV. LA FISCALITE

Comme dans tous les pays où les taxes sur le chiffre d'affaires sont des impôts "à cascades" frappant les produits pour leur valeur entière à chaque échelon de la commercialisation, c'est ce caractère qui est constamment dénoncé par les associations des petites et moyennes entreprises; celles-ci se trouvent défavorisées par rapport aux grandes entreprises de distribution qui suppriment, juridiquement tout au moins, un ou plusieurs stades des échanges, une ou plusieurs fonctions imposées.

Sans doute, en Belgique, des atténuations sont-elles intervenues, notamment pour un grand nombre de produits de consommation courante qui bénéficient d'un régime de taxation forfaitaire, mais, au nom de l'égalité fiscale et de la neutralité de l'impôt, les com-

merçants indépendants souhaiteraient soit la généralisation de la taxation forfaitaire soit l'institution de taxes ne frappant à chaque échelon de la commercialisation que la "valeur ajoutée" par ces échelons aux produits.

C'est également pour "créer un équilibre sain entre les différentes formes de la distribution" et favoriser la modernisation des entreprises nécessaire en particulier à cause de la réalisation du Marché Commun que divers aménagements sont également souhaités en matière d'impôts directs.

Les plus importants d'entre eux ont trait au problème des investissements. L'évolution des techniques modernes de distribution exige des équipements immobiliers et mobiliers importants et les professionnels font valoir que toute mesure qui en facilite la réalisation est en même temps une mesure d'encouragement à la productivité commerciale.

Dans ce domaine il est préconisé en particulier d'étendre aux bâtiments commerciaux et aux investissements productifs commerciaux les règles concernant d'une façon plus générale les amortissements et les dégrèvements qui sont applicables aux professions industrielles et dont, parfois, peuvent bénéficier les grandes entreprises de distribution(1).

Enfin, il peut être intéressant de noter que le groupe de travail "Fiscalité" du Conseil Central de l'Economie a émis le voeu que les pouvoirs publics adoptent une politique "encourageant les commerçants à tenir une comptabilité régulière⁽²⁾, ce qui les aiderait "puissamment à améliorer la gestion de leurs entreprises". Mais ce voeu n'est pas encore celui de toutes les classes moyennes puisque c'est toujours la taxation forfaitaire par branche qui "pour des raisons pratiques" a encore la faveur de leurs organisations.

(1) Celles-ci peuvent, par exemple, bénéficier de certains dégrèvements admis pour l'amortissement de bâtiments commerciaux, alors que les conditions de preuve imposées rendent l'obtention de ces dégrèvements beaucoup plus difficiles aux petites entreprises.

(2) en faisant bénéficier celle-ci d'une "présomption de véracité" que le fisc ne pourrait renverser que par la preuve contraire.

V. LE COMMERCE BELGE ET LE MARCHÉ COMMUN

L'absence d'une organisation interprofessionnelle groupant toutes les formes de la distribution belge entraîne l'absence de prise de position de l'ensemble des professions commerciales sur le problème du Marché Commun. En fait, ce sont surtout les grandes entreprises de distribution qui se sont préoccupées activement des répercussions possibles de la création d'un grand ensemble économique. Leurs dirigeants ont souvent évoqué ce problème, non seulement pour préciser leurs propres espoirs ou leurs propres préoccupations, mais également pour insister sur l'idée que ce sont toutes les formes d'entreprises qui auraient à faire des efforts d'adaptation et de modernisation.

Sur le plan pratique, un certain nombre de grandes entreprises ont, d'une part, établi ou resserré leurs liens de collaboration technique ou commerciale avec des entreprises similaires de pays voisins et d'autre part commencé à implanter ou à participer à l'implantation de magasins à prix uniques ou de supermarchés en France et aux Pays-Bas. Un des plus grands magasins de Bruxelles a même inauguré en 1960 une grande quinzaïne du Marché Commun, où "anticipant sur la réalité des faits, des milliers de marchandises" ont été vendues "aux prix qui seront pratiqués quand les droits de douane auront été supprimés".

L U X E M B O U R GA. STRUCTURES COMMERCIALES

L'exiguïté territoriale du Grand Duché de Luxembourg, sa situation au carrefour des grandes routes entre diverses régions économiques fortement développées et son appartenante au cours du dernier siècle à différentes unions douanières ont imprimé au commerce luxembourgeois ses caractéristiques essentielles.

La principale est probablement la réglementation restrictive interdisant la création de certaines formes de distribution comme les magasins à prix uniques, les bazars et les coopératives.

De plus, une loi sur le colportage datant de 1850, mais toujours en vigueur, réglemente de façon restrictive toute vente de marchandises dans la rue et sur les places publiques (marchés ...) à l'exception des produits de la terre, des jardins et vergers, des fruits verts ou secs et des produits du bétail.

Cependant, et bien que les professions commerciales soient ouvertes à tout luxembourgeois et étranger, sans restrictions limitatives, le rapport entre la population et le nombre d'établissements commerciaux de détail s'établit à un magasin pour 78 habitants : l'appareil commercial luxembourgeois dispose de relativement peu d'établissements.

Il faut encore mentionner que l'exiguïté du territoire a favorisé le développement des relations directes entre producteurs et consommateurs d'une part, et entre producteurs et détaillants d'autre part, ce qui explique en partie le nombre limité d'établissements de détail et le peu d'importance du commerce de gros intérieur qui, en d'autres pays, serait souvent classé tout au plus comme commerce de demi-gros. Par contre, en raison de la situation géographique du Luxembourg, et son bilinguisme aidant, les commerces d'importation et d'exportation et surtout les maisons de courtage et de commission, intermédiaires entre firmes étrangères, sont relativement bien développés.

.. NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS

Le recensement des établissements industriels et commerciaux au 31 décembre 1958 a fourni des chiffres officiels qui permettent de mieux évaluer qu'auparavant ce secteur dans l'économie nationale ; jusqu'à cette date en effet on ne disposait que d'évaluations très approximatives. Toutefois, les premiers résultats communiqués par l'office de la statistique exigent une grande prudence pour leur interprétation.

En effet, il ne s'agit que de résultats globaux sur base de la nomenclature des Nations Unies (C.I.T.I.) qui parfois englobe des professions non distributives telles que les agents généraux, les commissionnaires, les courtiers, etc.

a) Ainsi, le commerce de gros comprendrait 1 101 établissements correspondant à 1 095 entreprises dont la moitié dans la capitale du pays.

Selon l'avis des organisations professionnelles et de la Chambre de Commerce ce chiffre ne permettrait pas de connaître le nombre de commerces de gros proprement dits puisqu'il comprend tous les intermédiaires, représentants et agents d'affaires généralement classés à des rubriques spéciales. Ces mêmes sources estiment que le nombre d'entreprises de gros se situe aux alentours de 450.

D'après le recensement, les commerces de gros, au sens large du terme, se répartissent en classes de grandeur d'après le nombre de personnes occupées, patrons compris, de la façon suivante ⁽¹⁾ :

- de 1 à 5 personnes	78,5 %	des établissements
- de 6 à 19 "	16 %	" "
- 20 personnes et plus	5,5 %	" "

Il semble donc que le commerce de gros luxembourgeois est en majeure partie composée d'entreprises d'importance moyenne.

Par ailleurs, 28,5 % des établissements de gros recensés en 1958 seraient établis dans les secteurs alimentaires, 40,5 % dans ceux des matières premières et des produits industriels, et 31 % pour le reste (articles ménagers, textiles, chaussures et autres).

(1) Voir également annexe n° 63

b) Les résultats fournis par le recensement de 1958 concernant les commerces de détail et les commerces mixtes gros-détail se rapprochent davantage des évaluations de la Chambre de Commerce et des associations professionnelles, mais ils ne les recourent cependant pas complètement.

Le recensement a dénombré 3 171 entreprises disposant de 3 183 établissements de détail et mixtes, alors que la Chambre de Commerce mentionne dans son "guide du marché luxembourgeois" 3 736 entreprises. Dans les deux cas, ne sont pas compris les commerces artisanaux (boulangeries, pâtisseries et boucheries) au nombre de 964 d'après une estimation de la Chambre des Métiers pour l'année 1960.⁽¹⁾

Si l'on tient compte d'un nombre total d'environ 4 200 établissements, on constate que le rapport entre le nombre de magasins de détail et celui de la population est d'un établissement pour 78 habitants. La densité commerciale ainsi définie situe le Grand Duché de Luxembourg sur le même plan que l'Allemagne Fédérale.

Le pourcentage du nombre de commerces alimentaires (boulangeries, pâtisseries, boucheries incluses) au nombre total d'établissements de détail et d'établissements mixtes gros détail est de 59,6 %⁽²⁾. Cette proportion révèle un nombre élevé de commerces alimentaires, probablement dû en partie au fait que la réglementation légale interdit la création au Grand Duché des grandes entreprises de distribution (grands magasins, magasins à prix unique, maisons à succursales, coopératives de consommation) qui, en d'autres pays, interviennent activement dans la distribution des produits alimentaires.

II. EFFECTIFS

a) Effectifs globaux

Les renseignements fournis par l'inspection du Travail et des Mines font état d'un sensible accroissement (22 %) des effectifs salariés du commerce de gros entre les années 1954 et 1960, alors qu'au cours de la même période ceux du commerce de détail ne progressaient que d'à peine 1 %.

(1) La répartition des établissements de détail d'après le nombre de personnes occupées ressort du tableau n° 64.

(2) Pour la répartition des établissements commerciaux par secteurs voir annexe 65.

Nombre de salariés

	<u>1954</u>	<u>1960</u>
Commerces de gros	1 270	1 545
Commerces de détail	<u>4 390</u>	<u>4 425</u>
	5 660	5 970

La moyenne d'emploi de personnel salarié serait ainsi de l'ordre de 1,5 par établissement, si l'on rapproche les indications reçues de l'Inspection du Travail et des Mines de celles tirées du recensement des établissements industriels et commerciaux.

D'après les déclarations d'une personnalité gouvernementale (1) le commerce emploierait environ 8,5 % des effectifs totaux de la main-d'oeuvre salarié, mais le pourcentage atteindrait 12 % si, au lieu de ne tenir compte que des salariés, on s'attachait à la population active totale, patrons et auxiliaires familiaux compris.

b) Répartition des personnes employées d'après l'importance des établissements

La répartition des commerces de détail et des commerces mixtes gros-détail (boulangeries, pâtisseries, boucheries exclues) d'après le nombre de personnes occupées par établissement, s'établit ainsi :

- établissements occupant de 1 à 5 personnes	2 935	ou	92,2 %
- établissements occupant de 6 à 19 "	206	ou	6,5 %
- établissements occupant 20 personnes et plus	<u>42</u>	ou	<u>1,3 %</u>
	3 183		100 %

La très grande majorité des magasins se trouve dans la catégorie des petits magasins, ce qui n'est pas pour surprendre, en raison des dispositions légales concernant l'interdiction des formes intégrées du commerce.

(1) Chiffres cités par M. ELVINGER, ministre des affaires économiques, à l'occasion du 50e anniversaire de la Fédération des Commerçants luxembourgeois.

III. CHIFFRES D'AFFAIRES

Il n'existe pas de données précises, obtenues par des enquêtes officielles ou professionnelles, sur le chiffre d'affaires du commerce. Il est cependant possible d'évaluer celui-ci globalement à partir des indications fournies par l'impôt sur le chiffre d'affaires (1), mais les professionnels sont unanimes à conseiller la plus grande prudence lors de l'interprétation de ces indications dont le champ d'application dépasse souvent le cadre du commerce proprement dit.

Le chiffre d'affaires des commerces de gros et de détail, y compris les boulangers, pâtisseries et bouchers ainsi que le commerce extérieur réalisé par les commerçants, serait passé de 9 769 millions de francs en 1953 à 14 689 millions de francs en 1959, soit en progression de 50,4 %.

Les données publiées par l'administration fiscale permettent difficilement d'établir une distinction entre les chiffres d'affaires du commerce de détail et ceux du commerce de gros. Une approximation peut cependant être trouvée en considérant comme "commerce de gros" toutes les transactions enregistrées comme vente en gros par les services du ministère des Finances, mais ce procédé est imparfait notamment parce que différentes fournitures du commerce de détail, par exemple les livraisons aux hopitaux, à la force armée, etc. sont enregistrées par les services des Finances comme opérations de gros; en outre, il faut également tenir compte du fait que la statistique fiscale prévoit une rubrique spéciale pour les exportations et les ventes en exemption d'impôts qui concernent aussi bien les stades de gros que ceux de détail. Il importe de ne pas négliger ces observations pour interpréter le tableau ci-dessous : (unité : millions de francs)

	1953	1959	
Commerce de gros	3 765	5 460	
Commerce de détail	4 072	5 784	} 7 263
Ces artisans (bouchers boulangers, etc.)	1 074	1 479	
Exportations et exemp- tions (gros et détail)	858	1 966	
	9 769	14 689	

(1) Voir annexe n° 66

L'annexe n°67 donne de plus amples détails sur les chiffres d'affaires fiscaux du commerce luxembourgeois, notamment sur les parts des secteurs alimentaires et celles des secteurs non alimentaires.

L'évolution des chiffres d'affaires des commerces de gros et de détail, y compris pour ces derniers les commerces artisanaux, fait ressortir entre 1953 et 1959 des progressions de 45 % pour le commerce de gros, et de 42 % pour le commerce de détail, mais celles-ci ne sont pas uniquement imputables à un accroissement des résultats économiques des entreprises. Selon des sources professionnelles, elles seraient influencées également par une amélioration des comptabilités individuelles, par des mesures de contrôle plus efficaces de la part des services financiers de l'Etat qui ont éliminé pour une part appréciable la fraude fiscale. Il paraît néanmoins probable que l'augmentation d'un tiers du chiffre d'affaires dans l'espace de sept ans reflète pour une part appréciable un sain accroissement du montant des ventes du commerce luxembourgeois.

Pour recouper ces estimations, tout au moins pour le commerce de détail, on a pu recourir aux travaux sur la comptabilité nationale publiés par le Service d'Etudes auprès du Ministère des Affaires Economiques. Sur base des données relatives à la consommation privés des calculs analogues à ceux qui ont été faits en Belgique à partir des travaux du professeur F. Baudhuin aboutissent à une consommation commercialisée, c'est-à-dire au chiffre des ventes du commerce de détail aux particuliers (boulangers et bouchers compris) de l'ordre de 7 mrd de francs en 1953 et de 9,25 mrd en 1958. L'augmentation du chiffre d'affaires détail serait d'après ces évaluations de 32,1 % (1). L'ordre de grandeur de cette augmentation semble pouvoir être accepté si l'on observe qu'entre les mêmes dates la valeur ajoutée par le commerce dans le produit intérieur brut aurait progressé de 37 %, passant de 1 751 millions de francs en 1953 (soit 11,3 % du P.I.B.) à 2 399 millions de francs en 1958 (soit 11,6 % du P.I.B.) (2).

(1) La consommation privée ayant augmenté de 34,1 % dans le même laps de temps, voir annexe n° 66.

(2) Voir annexe n° 26f.

DE. L'ÉVOLUTION DE L'INDUSTRIE LUXEMBOURGEOISE

Il manque au commerce luxembourgeois le stimulant de la concurrence des grandes entreprises de distribution. Celles-ci sont en effet prohibées par les arrêtés grand-ducaux du 14.8.34 et du 23.5.38 qui stipulent "... qu'une autorisation ne pourra être donnée pour l'ouverture de filiales, de magasins à prix uniques, de bazars et de coopératives et qu'une autorisation spéciale serait nécessaire pour le transfert de magasins de ce type existants". Or, les exemples étrangers montrent que bien souvent ce sont les grandes entreprises de distribution qui obligent le commerçant indépendant à rechercher en compensation de son pouvoir d'achat réduit une organisation et une rationalisation très poussées et efficaces.

L'exiguïté du territoire rend difficile sinon impossible, sur le plan strictement national, la collaboration entre les stades de gros et de détail telle qu'elle est conçue et réalisée dans les chaînes volontaires.

Cependant, conscients des exigences de modernisation et de productivité, certains grossistes luxembourgeois ont adhéré à des groupements et à des chaînes volontaires étrangers, notamment belges, surtout dans les secteurs alimentaire et textile.

Ce mouvement pourrait, dans l'avenir, entraîner une double conséquence : d'une part la limitation de la pénétration du marché luxembourgeois par les grossistes belges, d'autre part une meilleure organisation à l'achat et à la vente au bénéfice du commerce de gros luxembourgeois.

B. PROBLEMES DU COMMERCE LUXEMBOURGEOIS

Sur le plan des structures commerciales et de leur évolution des problèmes importants restent en particulier à résoudre en matière d'accès à la profession, de formation professionnelle et d'octroi de crédit d'équipement.

A ceci s'ajoute le maintien d'une réglementation restrictive des prix et des marges.

Les autres problèmes revêtent une moins grande importance pour les commerçants luxembourgeois. Nous n'évoquons ici que celui des ventes avec primes et celui de la fiscalité.

I. LES LES TRANSFORMATIONS STRUCTURELLES

L'interdiction de créer dans le Grand Duché de véritables grandes entreprises de distribution a certainement favorisé les petites et moyennes entreprises. Mais l'établissement du Marché Commun risque, au moins indirectement, de modifier l'état de choses existant. La perméabilité accrue des frontières suscite en effet dans les milieux professionnels certaines craintes à l'égard d'éventuelles possibilités d'implantation de formes concurrentes nouvelles.

En 1961, les modifications structurelles déjà en cours ou prévisibles dans l'avenir posent des problèmes importants dans trois domaines principaux ; l'accès aux professions - la formation professionnelle - le financement des investissements.

a) L'accès à la profession commerciale

Il y a déjà plusieurs années qu'un projet de loi destiné à remplacer le texte de 1934 a été préparé par le gouvernement. Une des innovations les plus importantes consisterait à exiger, pour la délivrance de l'autorisation administrative nécessaire à l'exercice des activités commerciales (1) non seulement la justification de garanties d'honorabilité, comme c'est le cas actuellement, mais aussi de qualification professionnelle.

(1) Le texte s'appliquerait aussi à d'autres secteurs économiques.

En outre, dans l'avis qu'il a émis le 25 avril 1961, le Conseil d'Etat, confirmant un avis antérieur de même nature, proposait de revenir sur le principe d'interdiction absolue, maintenu dans le projet gouvernemental, à l'encontre des "grands magasins à branches multiples, des coopératives de consommation ainsi que des succursales, agences et filiales".

Le texte adopté en première lecture (1) par la Chambre des Députés en décembre 1961 n'a pas retenu cette proposition. Il a été tenu compte de l'avis présenté dans son rapport de novembre 1961 par la Commission Spéciale instituée par la Chambre des Députés qui a maintenu le principe d'interdiction des formes de commerce intégrées, "dans l'intérêt général, l'intérêt des professionnels aussi bien que celui des consommateurs".

b) La formation professionnelle

L'apprentissage des jeunes qui se fait dans l'entreprise est complété par des cours obligatoires de théorie générale et professionnelle à l'école professionnelle de l'Etat. Ces cours doivent être poursuivis à plein exercice pendant un ou deux ans. Les dispositions légales s'appliquent aussi bien aux professions artisanales qu'aux professions commerciales, mais tandis que le brevet de maîtrise est obligatoire pour l'accès aux différents métiers artisanaux, il n'en est pas de même pour les professions commerciales. Actuellement et jusqu'au vote éventuel du projet de loi déterminant les conditions d'accès à la profession aucune qualification professionnelle n'est exigée.

La question se pose seulement de savoir si et de quelle manière la formation professionnelle devrait et pourrait être intensifiée au bénéfice des futurs commerçants, dans l'hypothèse de l'adoption d'un nouveau statut.

(1) Le projet de loi en question est actuellement soumis à nouveau au Conseil d'Etat avant de revenir en deuxième lecture au Parlement.

c) Le financement des investissements

Les commerçants luxembourgeois ont accès aux divers crédits bancaires, aux conditions générales de ces établissements, c'est-à-dire en particulier s'ils peuvent offrir des garanties réelles suffisantes pour couvrir les risques financiers.

En raison de l'exiguïté de la plupart des entreprises commerciales, beaucoup ne peuvent disposer des moyens qui leur seraient nécessaires pour leur modernisation immobilière et mobilière.

Pour favoriser "les investissements productifs" pour le commerce, les efforts du gouvernement tendent "à rendre plus souple l'obtention du crédit et à créer de nouvelles possibilités à des conditions plus supportables" (1). Plusieurs formules sont envisagées. Parmi celles-ci, "l'octroi de subsides par ristournes d'intérêts, l'intervention dans les frais des sociétés de caution mutuelle, l'octroi d'une garantie de bonne fin des engagements des sociétés de crédits jusqu'à concurrence d'une certaine quotité, la création d'un fonds spécial de garanties" (1) ... Mais le problème, qui prendrait une importance accrue si la liberté d'établissement était rendue aux grandes entreprises, n'a pas encore reçu de solution pratique.

II. REGRELEMENTATION DES PRIX

Les dispositions concernant la fixation et le contrôle des prix arrêtées en novembre 1944, à une époque où l'on subissait encore de graves difficultés d'approvisionnement forment toujours la base de la réglementation en vigueur.

C'est le souci d'éviter des hausses de prix non justifiées, préjudiciables à l'ensemble du pays qui a incité les autorités gouvernementales à retarder le retour à la liberté des prix. A l'occasion du cinquantième de la fédération des commerçants du Grand Duché, en 1959, le Ministre des Affaires Economiques avait précisé qu'une des raisons essentielles du maintien de l'ancienne réglementation tenait au fait qu'une "partie importante des denrées alimentaires devaient être subventionnées" et que "certains secteurs se trouvant sous le contrôle direct et efficace d'un nombre limité de personnes" une saine concurrence,

(1) Déclaration de M. ELVINGER, Ministre des Affaires économiques.

nécessaire pour que joue la loi de l'offre et de la demande, ne pouvait se développer.

Il faut toutefois noter que le contrôle de l'office des prix a perdu peu à peu une grande partie de sa rigueur et qu'actuellement il n'intervient, le plus souvent, que sur plainte d'utilisateurs ou de consommateurs.

En outre, le gouvernement a, expérimentalement, libéré les prix du charbon, à l'exception du charbon maigre et demi-gras, des produits laitiers à l'exception du lait pasteurisé, et tout récemment dans le commerce de gros en textiles ceux de toute la gamme des articles, sauf pour la laine à tricoter. Dans le domaine des matériaux de construction des mesures semblables ont été appliquées à tous les produits à l'exception du ciment Portland et des briques à base de ciment.

On peut espérer que ce mouvement continuera à s'étendre, mais on peut se demander s'il ne serait pas accéléré si toutes les formes de la distribution coexistaient et se concurrençaient librement.

III. LA REGLEMENTATION DES VENTES AVEC PRIMES

Comme dans les autres Etats de la Communauté, les ventes avec primes sont interdites au Grand-Duché, sauf dérogations permanentes pour les objets de réclame marqués de façon indélébile qui ne sont pas considérés comme de véritables primes, et dérogations temporaires à l'occasion de certaines circonstances (cadeaux de fin d'année ...).

Mais, comme dans les autres Etats également, les exceptions tolérées ne sont pas formulées de façon suffisamment précise pour éviter des pratiques difficilement repréhensibles (1) mais qui n'en paraissent pas moins contraires à l'esprit dans lequel le texte a été adopté.

Un projet de loi est à l'étude pour renforcer la réglementation en vigueur.

Sur le plan strictement professionnel, il faut noter qu'à l'encontre de tous les autres secteurs, certains commerçants d'épicerie ont toujours souhaité qu'une plus grande liberté leur soit accordée

(1) Le caractère pénal et exceptionnel de la réglementation implique une interprétation stricte et non extensive.

pour la remise à leurs clients de primes ou de timbres et bons y donnant droit afin de lutter à armes égales contre les coopératives qui peuvent accorder des ristournes à leurs adhérents.

IV. LA FISCALITE

Les professions commerciales du Grand Duché ont sans doute des préoccupations fiscales, mais il semble qu'il y ait fort peu de problèmes spécifiques propres à ce seul secteur de l'activité.

D'un côté les entreprises intégrées qui sont les principaux bénéficiaires des systèmes d'imposition du chiffre d'affaires à cascade sont inexistantes au Grand-Duché; d'un autre côté le taux de la taxe sur le chiffre d'affaires n'est pas très élevé (1) et le commerce de gros jouit en outre d'une réduction de celui-ci. Par contre les entreprises de détail réalisant un chiffre d'affaires important sont imposées à un taux majoré.

Les impôts directs ne semblent pas soulever de problèmes particuliers, ils frappent indistinctement les personnes physiques, les sociétés de personnes et de capitaux sans distinction suivant la nature des activités exercées.

- (1) 5 et 7 % voitures de tourisme, garages, motos et cycles
 2 % pour les ventes de produits non alimentaires au détail
 1 % pour les ventes de produits alimentaires au détail
 1/2 % pour les ventes en gros.